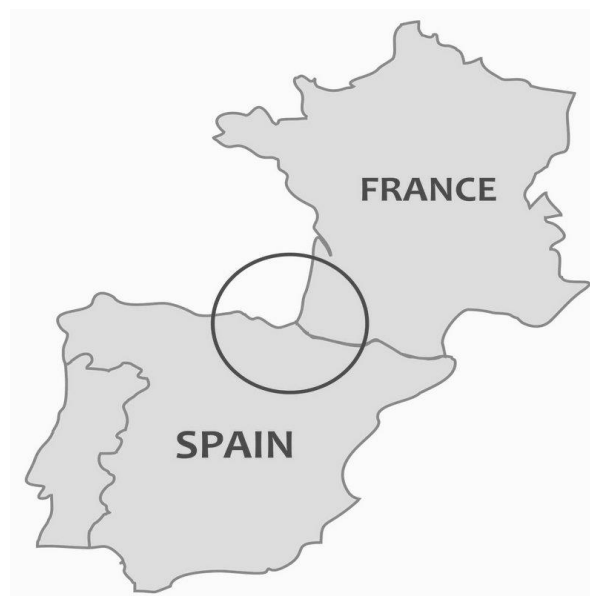


# **BASKERLANDET – FRA KONFLIKTOMRÅDE TIL TURISTMAGNET**

**En undersøgelse af hvorfor det baskiske image og identitet har ændret  
sig i det 21. århundrede**

*Mathilde Andrup*



## Indhold

Forord.....	4
Resumen.....	5
1 Indledning .....	7
2 Baggrund - Baskerlandet som selvstændig region eller ”nation” .....	12
2.1 Hvad er Baskerlandet? .....	12
2.2 Navarras særlige status.....	13
2.3 Hvad kendetegner Baskerlandet? .....	13
2.3.1 Gastronomi.....	14
2.3.2 Sport.....	14
2.3.3 Identitet .....	15
2.4 Den historiske udvikling i regionen .....	15
2.5 Særlige politiske, økonomiske og befolkningsmæssige forhold.....	17
3. Teoretiske overvejelser .....	20
3. 1 Nation-branding .....	21
3. 2 Competitive identity.....	23
3.3 Selvstyreteori .....	25
4. Metodiske overvejelser .....	28
4.1 Videnskabsteori.....	30
5. Empiri.....	32
6. Analyse.....	34
6.1 POLITISKE FAKTORER .....	36
6.1.1 Det nationalistiske baskiske parti, PNV.....	36
6.1.2 ETAs historiske udvikling og påvirkning i Baskerlandet og Spanien .....	37
6.1.3 Baskerlandets identitet og selvstændighed .....	40
6.1.4 Løsning på konflikten med ETA.....	42

6.2 ØKONOMISKE FAKTORER.....	44
6.2.1 Den økonomiske situation i Baskerlandet før ETA .....	44
6.2.2 Den økonomiske situation i Baskerlandet i ETAs tid .....	45
6.2.3 Den nuværende økonomiske situation i Baskerlandet .....	46
6.2.4 Turisme i Baskerlandet .....	47
6.3 Kulturelle faktorer.....	49
6.3.1 Bilbao .....	51
6.3.2 San Sebastian .....	53
6.3.3 Gastronomi.....	54
6.3.4 Naturen i Baskerlandet.....	55
8. Konklusion .....	56
9. Litteraturliste .....	60

## Forord

Denne kandidatafhandling er udført som afsluttende speciale ved Spansk og International Virksomhedskommunikation på Aalborg universitet.

Jeg vil gerne takke min vejleder, Pedro Maupain for rigtig god vejledning og udbytterige faglige diskussioner samt min kæreste Ole for tålmodig støtte og opbakning.

## Resumen

Esta tesina investiga la transformación de la imagen del País Vasco -o Euskal Herria, como se llama en el idioma vasco o euskera-, que ha pasado de ser un territorio conocido sobre todo por sus conflictos a ser un destino especialmente atractivo para el turismo internacional.

El País Vasco es una nación relacionada con tres diferentes culturas, las cuales han contribuido a formar esta región que al mismo tiempo tiene mucha autonomía, pero que sigue siendo una parte de Francia al norte y España al sur. La cultura francesa, la cultura española y la cultura vasca tienen diferencias y similitudes y están relacionadas mutuamente. El País Vasco tiene su propia y larga historia y su propio idioma, pero especialmente en la región española del País Vasco ha existido durante muchos años un deseo de tener independencia de España.

El País Vasco ha sido un lugar interesante para turistas desde finales del siglo XIX. Sin embargo, el conflicto armado de la organización separatista ETA con el Estado español frenó su potencial desde los años 1960 hasta que, en este siglo, la región ha experimentado un rápido crecimiento de turistas y un fuerte desarrollo económico y cultural, como por ejemplo en la ciudad de Bilbao, que ha experimentado una transformación enorme pasando de ser una contaminada ciudad industrial a una ciudad bonita y atractiva para la gente local y también para los turistas. El desarrollo económico y turístico del País Vasco se ha producido al mismo tiempo que un cambio de su imagen e identidad competitiva. Por tanto, el primer objetivo de esta tesina es identificar las razones del cambio de la imagen y la identidad competitiva del País Vasco, y cómo ha afectado al número de turistas que visitan la región y a la evolución de la economía vasca. Para ello he utilizado teorías de marca país, sobre todo la versión de Simon Anholt, y teorías de autonomía e independencia nacional, sobre todo las versiones de Allen Buchanan y Ernest Gellner. Como método he utilizado el llamado método mixto, que mezcla los métodos cualitativo y cuantitativo.

Existen diferentes factores a tener en cuenta para analizar el cambio de imagen e identidad en el País Vasco. Estos factores son tanto económicos como políticos y culturales, y cada uno de los factores afecta a los otros factores, por lo que son interdependientes. Económicamente, el País Vasco no ha sido tan afectado por la crisis como el resto de España y ha experimentado un desarrollo económico positivo, especialmente después de que ETA abandonase las armas en 2011, algo que ha

contribuido a que más turistas han viajado al País Vasco y a que el crecimiento económico ha sido más extenso que antes.

Políticamente, esta región ha tenido grupos y partidos políticos que han luchado por su autonomía o por su independencia para poder controlar su economía y su cultura sin intervenciones del estado español. La parte violenta de esta lucha ha afectado negativamente la identidad competitiva de la región en los años del conflicto armado, pero la situación ha mejorado con su final, ya que la imagen de colaboración por la paz que los actores políticos transmiten ahora es muy distinta y es percibida positivamente en el resto del mundo.

Culturalmente, el País Vasco no es una región grande, pero tiene su propia cultura y tradiciones, lo cual puede contribuir a la posibilidad de distinguirse y ser reconocida por los turistas. Una parte importante del cambio de imagen e identidad también ha sido el hecho de que ahora el País Vasco no solamente tiene una ciudad grande y atractiva para los turistas en la parte española, como era antes San Sebastián, sino que ahora, con Bilbao también, tiene dos ciudades de este tipo, cada una con sus cualidades específicas, que sirven como símbolo de la región desde el punto de vista turístico. Como explico en la tesina, esta transformación cultural no habría sido posible sin las transformaciones políticas y económicas, por lo que ha sido la unión de todos estos factores – económicos, políticos y culturales- la que ha hecho posible el cambio de imagen e identidad.

## 1 Indledning

Formålet med dette speciale er at undersøge hvilke faktorer, der har medvirket til at ændre Baskerlandets image som selvstændig enhed fra et turistmæssigt perspektiv ved blandt andet at bruge teorierne om *nation-branding* og *competitive identity*. Jeg ønsker fra et historisk, kulturelt og økonomisk perspektiv at belyse den udvikling og ændring, som Baskerlandet har gennemgået, og hvilken indflydelse separatistbevægelsen ETA har haft og har i dag på dette.

Da jeg for nogle år siden var på udveksling i Baskerlandet i byen San Sebastian og boede hos en lokal familie i et halvt år for at studere på et lokalt universitet, var mit kendskab til denne del af Spanien yderst begrænset. Jeg var derfor ikke nævneværdigt forudindtaget, da jeg ankom til San Sebastian og mødte min værtsfamilie. Jeg var dog bekendt med den baskiske separatistbevægelse ETA og de attentater, som bevægelsen havde udført på baggrund af deres ønske om uafhængighed fra det øvrige Spanien. Da jeg ankom til San Sebastian, oplevede jeg en levende og smuk by med egne traditioner og en særlig kultur. Der var et stort udbud af forretninger, caféer og barer, og man kunne høre forskellige sprog blive talt på gaden. På universitetet var der et internationalt miljø med både spansk-, fransk- og baskisktalende studerende samt udvekslingsstuderende fra mange dele af verden. I løbet af mit ophold besøgte jeg også byer i den fransktalende del af Baskerlandet og fik indtryk af et område med liv, turisme og historiske seværdigheder. Mit billede af området ændrede sig således til et mere positivt indtryk af San Sebastian og regionen som en attraktiv og tillokkende turistdestination med et velfungerende forretningsliv på trods af ETA's historie og aktiviteter i området.

Turismen i Baskerlandet kan føres langt tilbage i historien (Juaristi, s. 17, 2013). Biarritz i den franske del og spanske byer som Fuenterrabía og San Sebastián har været turistmål i mange år, mest for velhavende spanske og franske, men også for udenlandske turister. Ifølge en nylig artikel i Berlingske Tidende har Baskerlandet oplevet en stor opblomstring i de senere år med markant udvikling i økonomi, kulturelle tilbud og tilstrømning af turisme. Artiklen fangede mit blik, da det blandt andet nævnes, at turisterne er interesserede i at tilbringe ferie eller på anden vis besøge Baskerlandet som aldrig før. Dette har medvirket til, at baskerne ikke er lige så påvirkede af den økonomiske krise som resten af Spanien. I artiklen formuleres det således:

*”Uden opkrævning af såkaldt ”revolutionsskat”<sup>1</sup> har Baskerlandets i forvejen dynamiske erhvervsliv fået flere midler til investeringer og mere mod på at foretage dem. Samtidig strømmer turisterne til den naturskønne, kulturelt interessante og gastronomisk uovertrufne region. Hvilket alt sammen har bidraget til, at Baskerlandet er sluppet nådigere gennem krisen end de fleste andre dele af Spanien.”* (Tønner, 2015)

Der er altså kommet en større tiltro til blandt andet Baskerlandets virksomheder og en større tiltro til det baskiske erhvervsliv, samtidig med at turisterne har fået øjnene op for Baskerlandet. Spørgsmålet er så, hvor langt tilbage i tiden baskerne rent faktisk har haft tradition for turisme. Er det deres erfaring som turistmål, som baskerne bygger videre på, eller er det nyt for baskerne, at der i stort omfang kommer besøgende fra andre lande.

Der er flere eksempler på områder i Baskerlandet, som også før i tiden har haft held med at promovere og tiltrække turister. Ifølge den spanske bog *”Historia minima del País Vasco”* (Juaristi, s. 17, 2013) gjorde Luís Napoleon allerede opmærksom på de fransktalende baskiske byer Hendaye og Biarritz i 1808. Dette kan have været et af de spæde skud til opblomstringen af turismen i Baskerlandet, dog primært i den franske del.

Ifølge Mikel Uranga i bogen *”Basque economy: From industrialization to globalization”* var både befolkningstilvækst og bygningen af et jernbanesystem til Biarritz medvirkende til at tiltrække turister og gøre turismen til en større faktor i området, *”Turism became important beginning of the midnineteenth century as evidenced by the population growth in Biarritz”* (Uranga, s. 12-18, 2002). Forbedrede transportmuligheder gjorde det nemmere for både turister og indfødte at komme rundt i Baskerlandet, lære det bedre at kende og dermed udbrede turismen ved at fortælle om de oplevelser, man har haft.

Der er også enkelte byer i den spansktalende del af Baskerlandet, som længe har haft en tiltrækningskraft på turister, særligt San Sebastian, som har været et mål for velhavende, spanske turister, som i forvejen har et kendskab eller tilknytning til området.

---

<sup>1</sup> ETA anvendte blandt andet opkrævning af penge fra virksomheder under trusler om vold og henrettelser, de såkaldte Revolutionsskatter (Wikipedia (B), 2017).



Der er sket en udvikling i turismen i Baskerlandet i de senere år. Som nævnt har turismen i den franske del af Baskerlandet en lang tradition, hvorimod områder af den spanske del af Baskerlandet endnu er uopdaget for andre end spanske velhavende turister. Den franske del har også været skånet for ETAs selvstændighedskamp, som næsten udelukkende er foregået i Spanien og den spanske del af Baskerlandet. Derfor har den franske del af Baskerlandet været interessant turistmål i og med, at det har været mere trygt at færdes der.

Hvis man kigger lidt længere frem i historien, tættere på vore dage, kan man læse i en artikel fra 1972, at den spanske del af Baskerlandet blev lovprist som turistmål, selvom den baskiske separatistbevægelse, ETA, foretog attentater:

*"For the tourist Fuenterrabia offers a walled city, colorful fishermen's ward a large beach lovely farms, a mountain to climb, yachting and sailing golf, fine food, an airport, and proximity to San Sebastian, Bayonne, and Biarritz. Added to these basic attractions, the fine reputation of the Basque chefs and waiters, the mystery of Basque origins, and the reasonable prices of food make the town a most desirable place to spend the summer. Testimony to its attractiveness is the fact that, despite the small size of the town 10.000 inhabitants living on 2,450 hectares of land an estimated 40,000 tourists spent some time in Fuenterrabia in the summer of 1969."* (Greenwood, s. 82, 1972).

Ligeledes, ifølge "Historia minima del País Vasco" (Juaristi, s. 306-311, 2013), var opblomstringen af turismen i 1969 i Baskerlandet i gang, og man kunne spotte en udvikling mod den omkringliggende verden, som var ved at få øjnene op for Baskerlandet. Dog var konflikten omkring ETA og de voldelige aktioner og revolutionsskatten medvirkende til at bremse den økonomiske udvikling og turismen.

ETA (Euskadi Ta Askatasuna: *det baskiske hjemland og frihed*), blev dannet i 1959 og har haft stor betydning for Baskerlandets egen identitet og omdømme i resten af verdenen. I begyndelsen var ETA en slags protestorganisation, der demonstrerede og udviste civil ulydighed, senere arbejdede organisationen mod et selvstændigt socialistisk Baskerland. Spaniens svar på aktionerne var tortur og mord på de baskiske nationalister, og ETA tog også voldelige midler i brug. I begyndelsen dræbte ETA de civilgardister, der slog ETA-folk ihjel, men efterhånden gik ETA over til generelt at ramme "fjender" af Baskerlandet, oftest civilgardister eller militærfolk.

Under Franco nød ETA stor popularitet blandt baskerne (Hermansen og Dehn, 2001). ETA anvendte blandt andet såkaldte revolutionsskatter, som mange virksomheder i Baskerlandet betalte under trusler om henrettelse.

Der var som ovenfor nævnt allerede tilbage i 60'erne på trods af ETA's indtog og på trods af krav om betaling af revolutionsskatter opmærksomhed på, hvad Baskerlandet og baskerne havde at tilbyde turisterne med hensyn til kultur, sport, natur og gastronomi. I de senere år har dette medført, at interessen for turisme er vokset.

Ifølge en mere nutidig undersøgelse (Gobierno Vasco, s. 63, 2014) er det ikke nok blot at have et velkonstrueret transportsystem og god livskvalitet blandt lokalbefolkningen for at tiltrække turismen. Man skal desuden have et positivt og veludbygget image, høj service og en idé med turismen i området, mere om dette på side 45.

Der er sket meget i Baskerlandet siden 60'erne, og der er kommet flere tilbud og interessante attraktioner siden da. Blandt andet har Bilbao gennemgået en stor udvikling både økonomisk og kulturelt og har lagt tiden som en forurennet storby bag sig. Desuden har ETA tabt pusten og tilslutningen i Baskerlandet og foretager ikke længere de frygtelige attentater, hvilket har været med til at muliggøre udviklingen i Bilbao (Woodworth, s. 103, 2007).

Jeg blev nysgerrig efter at undersøge, hvori succesen bag den forøgede turisme i nyere tid i Baskerlandet bestod, og hvilken indflydelse separatistbevægelsen ETA har haft på turismen i Baskerlandet, og hvad revolutionsskatten i Baskerlandet har haft af betydning for turismen. Ifølge artiklen i Berlingske Tidende strømmer turisterne til Baskerlandet. Udover at de i Baskerlandet ikke længere betaler revolutionsskat som før i tiden, da ETA havde en større tilslutning blandt befolkningen, ønsker jeg at belyse, hvilke andre ændringer, som har medvirket til tilstrømningen af turister til området i de senere år. Jeg har undret mig over, hvad der har gjort, at lige præcis Baskerlandet har haft en større økonomisk udvikling end størstedel af det øvrige Spanien, og hvilken ide og hvilket image baskerne har formået at implementere med større succes end andre dele af Spanien.

Med dette speciale vil jeg belyse den udvikling (historisk, politisk og økonomisk), som Baskerlandet har gennemgået, og som har muliggjort den nuværende status som et eftertragtet turistmål, og på baggrund af litteratur, analyser og artikler forsøge at analysere mig frem til, hvilke ændringer Baskerlandet har været igennem, og hvad som har muliggjort disse ændringer. I den efterfølgende problemformulering vil jeg forsøge at inddrage både kulturelle, økonomiske og historiske faktorer i forbindelse med ændringen af Baskerlandets image fra et turistmæssigt perspektiv.

### **Problemformulering**

- Hvordan har Baskerlandets image og identitet ændret sig fra et turistmæssigt perspektiv?
  - Hvilken betydning har ETA haft for det baskiske image og den konkurrencedygtige identitet?
  - Hvordan er Bilbao blevet til kraftcentrum for udvikling af turisme?
  - Hvilke særlige kulturelle og historiske forhold har bidraget til udviklingen?

Jeg vil adressere disse spørgsmål og emner ved at bruge teorierne om *nation-branding* og *competitive identity* og selvstyreteorier som beskrevet i teoriafsnittet. Desuden vil jeg afdække hvilke faktorer, der har medvirket til at ændre Baskerlandets image som selvstændig enhed ud fra et turistmæssigt perspektiv. Jeg vil inddrage forskellige kilder i min analyse af både ETA's og Bilbaos betydning for udviklingen i Baskerlandet for at nå frem til en større forståelse af samspillet mellem de forskellige faktorer samt tydeliggøre forskellene mellem de forskellige faktorer.

## 2 Baggrund - Baskerlandet som selvstændig region eller "nation"

### 2.1 Hvad er Baskerlandet?

Baskerlandet består af en region med en høj grad af selvbestemmelse i det nordlige Spanien samt et område i den sydlige del af Frankrig i regionen Aquitaine. Baskerlandet er delt op i syv provinser, hvor den ene, Navarra, har en særlig status og betydning i Baskerlandet og ligeledes i Spanien. Det sydlige Baskerland hører til Spanien i form af den selvstyrende region País Vasco, men med en høj grad af selvstændighed (Woodworth, s. 1, 2007). Dette er det største område med den største del af befolkningen. De tre øvrige nordligste provinser ligger alle i Frankrig og hører til det franske departement Pyrénées-Atlantiques, samtidig med at de er en del af Baskerlandet.

De syv provinser, som udgør det samlede Baskerland, hvis man inkluderer Navarra, er:

<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Álava</b> (baskisk: Araba)</li><li>• <b>Vizcaya</b> (baskisk: Bizkaia)</li><li>• <b>Guipúzcoa</b> (baskisk: Gipuzkoa)</li></ul>	Basque Autonomous Community	País Vasco / Hegoalde (Sydlige Baskerland, spansk)
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Navarra</b> (baskisk: Nafarroa)</li></ul>	Comunidad foral española <sup>2</sup> (særrettigheder aftalt med Spanien)	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Labourd</b> (baskisk: Lapurdi)</li><li>• <b>Basse-Navarre</b> (baskisk: Nafarroa Beherea / Benafarroa)</li><li>• <b>Soule</b> (baskisk: Zuberoa)</li></ul>		Iparralde (Nordlige Baskerland, fransk)



(Kort fra Corcostegui, 1996)

<sup>2</sup> I aftalen med resten af Spanien fra 1978 står der blandt andet, at Navarra må blive en del af det Autonome Baskerland, hvis befolkningen ønsker det.

Disse syv provinser udgør regionen eller nationen, som kaldes for Baskerlandet og har dermed en samlet nationalidentitet, men også forskelligheder i form af sekundære sprog og nationale tilhørsforhold. Mange baskere taler to sprog, "euskera", som på dansk kaldes baskisk, udover fransk eller spansk, afhængig af bosættelse og tilhørsforhold. Der er i Baskerlandet, den autonome del, ikke noget officiel hovedstad, men byen Vitoria-Gasteiz i provinsen Álava er hovedsæde for regionens lokale parlament (Wikipedia (C), 2017). Baskerlandet er en heterogen region i flere henseender, og ikke alle deler den baskiske identitetsfølelse eller bakker op om løsrivelseskampen.

## 2.2 Navarras særlige status

Navarra på spansk, "Nafarroa" på baskisk, er en spansk-baskisk region, som af nogen regnes for at være Baskerlandets vugge og af andre for at være en selvstændig region i resten af Spanien. For nogle baskere har Navarra en stor betydning, og de føler en stor tilknytning til dette område, da det har haft betydning for Baskerlandet. Af de baskere, som betragter Navarra for at være en del af Baskerlandet, bliver den typisk anset for at være den vigtigste baskiske region af dem alle. Der er dog andre, som anser provinsen for at være en spansk region underlagt det spanske styre i Madrid, som har mindst lige så meget med den spanske kulturarv som med den baskiske at gøre (Woodworth, s. 1, 9, 2007). Navarra har en historisk tradition og særlig status i Spanien, dels som et tidligere kongedømme med stor indflydelse og betydning for det Spanien vi kender i dag, dels har Navarra haft betydning for grundlæggelsen af Baskerlandet (Woodworth, s. 26-28, 2007) og senest støttet Franco-regimet, som har været en stor modstander af den baskiske frihedskamp. Provinsen har en særaftale omfattende en række rettigheder med det spanske styre (Comunidad foral española), som blandt andet sikrer, at Navarra kan få lov at tilslutte sig den selvstyrende baskerregion, hvis den på et tidspunkt ønsker det.

## 2.3 Hvad kendetegner Baskerlandet?

Et centralt kendetegn ved Baskerlandet er, at de har deres eget særprægede gamle sprog udover de nationale sprog - enten spansk eller fransk (for nogles vedkommende begge sprog) (Woodworth, s. 13, 2007). Baskisk (euskera) er ikke nært beslægtet med andre europæiske sprog og menes at være et af de ældste sprog i Europa, da det ikke er blevet nævneværdigt påvirket af andre europæiske sprog. Baskerne har både deres egen kultur med egne kendetegn samt nogle fælles træk med både

franskmændene og spanierne generelt. Udover det særprægede sprog er der også andre kendetegn ved den baskiske kultur.

### 2.3.1 Gastronomi

De har i Baskerlandet en gastronomisk tradition og en kultur omkring de såkaldte ”pintxos”, som er en slags tapas, der serveres på cafeer, hvor man kan gå rundt, vælge ud og smage forskellige små retter. I for eksempel San Sebastian og Bilbao bidrager denne tradition til det summende liv i byen ud på de sene aften- og nattetimer (Woodworth, s. 95, 2007). Beliggenheden tæt ved vandet medfører, at der er gode muligheder for at inddrage fisk og skaldyr i deres retter, hvilket jeg blandt andet oplevede under mit studieophold i San Sebastian.

### 2.3.2 Sport

I Baskerlandet er de også kendte for at gå op i forskellige sportsgrene, blandt andet surfing og pelota, som er en særlig form for boldkast. Pelota er en populær og traditionsrig sportsgren, som er noget særligt for regionen (Woodworth, s. 283). Den kraftige blæst fra kysterne og tilgængeligheden af vandet bidrager til de mange surfere og forskellige typer af sejlere i området. Det nævnes blandt andet i Woodworths bog, at de i Baskerlandet har nogle af de bedste surfing-betingelser i Europa (Woodworth, s. 48, 2007; Greenwood, s. 82-83, 1972).

Lige som i Spanien og en stor del af resten af verden interesserer baskerne sig også meget for fodbold. Både San Sebastian og Bilbao har kendte fodboldhold og klubber, som nærmiljøerne støtter entusiastisk, og jeg oplevede, da jeg boede der, at der var en stor konkurrence om, hvem der klarede sig bedst i den spanske liga. Det særlige ved netop Bilbaos Athletic Club er, at de udelukkende ansætter spillere fra den baskiske region, som de skriver på den spanske udgave af BBC hjemmeside: *“Pero, mientras en el equipo madrileño más de la mitad de los futbolistas son internacionales, los bilbaínos compiten con un conjunto fiel a la llamada “política de cantera”, según la cual todos los miembros del equipo son “vascos”* (Binda, BBC, 2012).

Det, at der udelukkende er baskiske spillere på Bilbaos fodboldhold, viser at det har en betydning for baskerne at udvise sammenhold om deres rødder, tilhørsforhold og deres region. Det kun at optage fodboldspillere af baskisk oprindelse på holdet viser en opbakning til regionen, men kan dog også være med til at skabe en polarisering mellem baskerne og de øvrige fodboldhold og spillere på internationalt plan. Det er samtidig med til at give Bilbaos fodboldhold en særlig identitet.

### 2.3.3 Identitet

Baskerne har lige som andre regioner i Spanien deres eget flag, ”Ikurriña”, baskisk for ”flaget” (Woodworth, s. 15, 2007). Det, at regionen har et flag, er med til at vise, at baskerne har deres egen nationale identitet, og selvom Baskerlandet kun udgør en lille del af henholdsvis Frankrig og Spanien, har mange en holdning til, om de føler sig som primært baskere, spaniere eller franskmænd (Woodworth, s. 14, 2007). Det er altså ikke givet på forhånd, hvor det stærkeste bånd og tilhørsforhold ligger hos baskerne, og der er ikke nogen endegyldig enighed eller sandhed i forhold til, hvor tilknytningen er størst. Det bliver blandt andet beskrevet i Woodworth’s bog, at Baskerlandet af nogen anses for at være selve hjertet af Spanien og for at have bidraget i stort omfang til den spanske kultur (Woodworth s. 22, 2007). Udover at have en tilknytning til henholdsvis Spanien og Frankrig er det tydeligt, at begge områder af Baskerlandet har deres egen charme og fremtoning og en historisk sammenhængskraft, som binder baskerne sammen, og af nogle baskere anses for mere væsentlig end det spanske eller franske tilhørsforhold, for nogle baskere kan det dog også være en blanding af de to eller tre forskellige kulturer som for dem udgør deres nationale identitetsfølelse (Woodworth, s. 21, 2007).

Min oplevelse af min tid i San Sebastian var en kultur præget af ro og fastholdelse af traditioner. Der var flere helligdage og andre fejring, som betød, at man holdt fri for arbejde, arrangerede optog, lavede karneval og snakkede frit og åbent med alle på gaden, fx Día de San Sebastian og religiøse højtider. I hverdagen er der tradition for lange frokostpauser (siesta) og meget sociale aftener, hvor man besøger mange cafeer, snakker med hinanden og er åbne og imødekommende til langt ud på natten. Den baskiske tradition og kultur var meget tydelig i San Sebastian, men naturligvis er siesta og højtider også en del af den spanske kultur generelt.

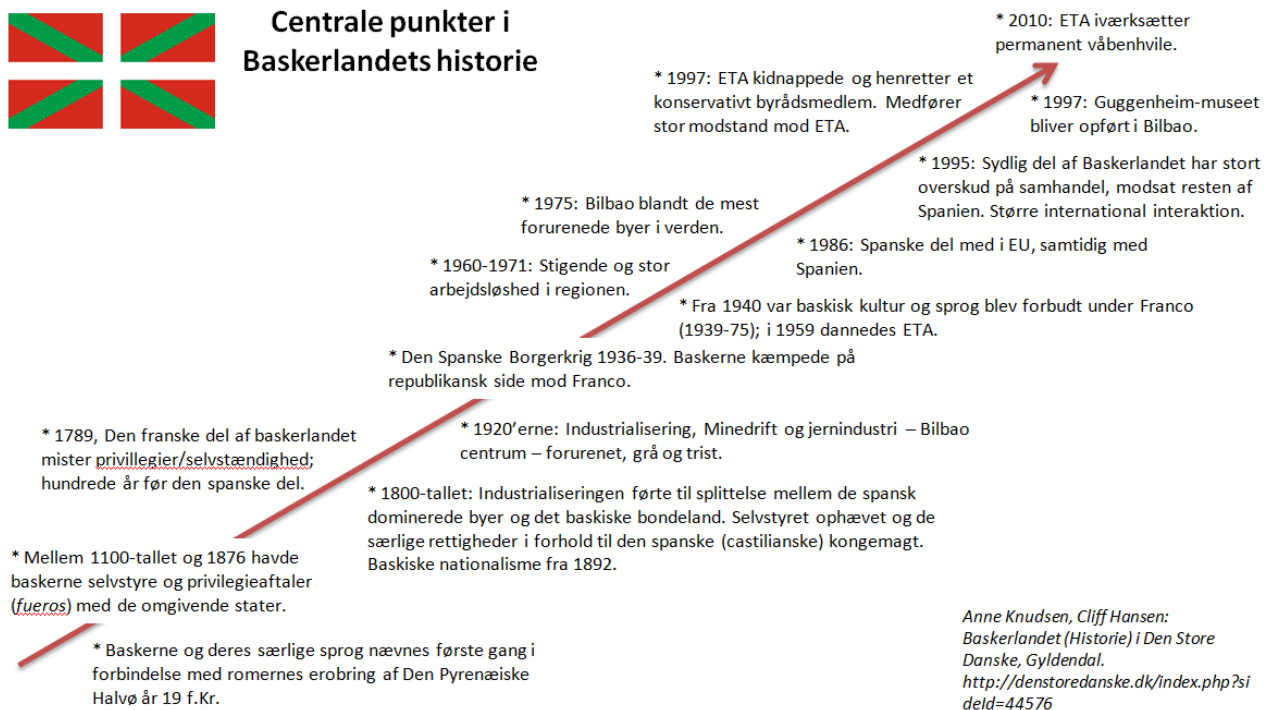
### 2.4 Den historiske udvikling i regionen

Den baskiske region er nævnt af gamle romerske historieskrivere som beboet af et særegent og selvstændigt folk. I middelalderen og helt frem til industrialiseringen havde området udbredt selvstyre og lokale rettigheder. Baskerlandet har aldrig været et samlet land. Alligevel har baskerne altid haft en stærk følelse af at høre til et fællesskab. Nationalismen og ønsket om selvstændighed begyndte at tage form i slutningen af 1800-tallet, da Partido Nacionalista Vasco (PNV) blev grundlagt af Sabino Arana i 1865 – som det kristne-demokratiske nationalistparti (Juaristi, s. 17, 2013). De baskiske nationalister kæmpede under den spanske borgerkrig mod general Franco og

hans regime i Spanien, hvilket betød, at det har været forbudt at tale baskisk (euskera) under Francisco Francos diktatur fra 1939-1975 (Hermansen og Dehn, 2001).



### Centrale punkter i Baskerlandets historie



Baskerne har senere hen kæmpet for selvstændighed fra Spanien, blandt andet fordi de i 1939 mistede deres selvstyre og særlige rettigheder i forhold til resten af Spanien og har følt sig kontrolleret af det spanske styre i Madrid. Denne selvstændighedskamp er dog langt mindre markant i dag, og ETA foretager ikke længere voldelige attentater (Hermansen og Dehn, 2001).

Denne tanke om at udvikle en socialistisk nationalstat var også tankegangen bag den frygtede organisation ETA. Frygten for ETA og deres voldelige aktioner i området har haft en negativ indvirkning på Baskerlandets økonomi. Økonomen Mikel Buesa vurderer i en undersøgelse, at BNP fra 1984 til 2005 i gennemsnit var knap 10% lavere, end hvad man kunne forvente pga. terroren.



Desuden er det synligt i form af økonomisk fremgang, at attentaterne ikke længere finder sted. ETA stoppede i 2010 de voldelige aktioner permanent i erkendelse af, at der ikke var udsigt til, at de havde nogen effekt, og at der ikke var den store opbakning i befolkningen. Tallene viser også, hvordan den baskiske økonomi gradvist indhentede sit potentiale allerede i organisationens sidste aktive fase, hvor der blev længere mellem attentaterne:

*”En undersøgelse foretaget af økonomen Mikel Buesa vurderer, at Baskerlandets BNP fra 1984 til 2005 pga. terroren i gennemsnit var 8,7 pct. lavere, end hvad man under normale omstændigheder kunne forvente. Det svarer til, at ETA i den undersøgte periode har kostet hver eneste indbygger i den nordspanske region 31.500 euro (små 240.000 kr.)” (Tønner, 2015).*

Før ETAs opståen nød baskerne tilbage i tiden godt af industrialiseringen, udenlandsk kapital og skabelsen af mineindustri (Fusi, p.48-56,1994). I midten af det 19. århundrede, altså frem til år 1900, skete der en befolkningstilvækst, som sammen med en udvikling af industrien både inden for stålværk og skibsbyggeri var med til at sætte gang i økonomien og tanken om at udvikle en nationalstat, blandt andet inspireret af den franske revolution (Uranga, s. 18, 2002).

Blandt andet på grund af at ETA nu afholder sig fra voldelige attentater, kan man se en ændring i turismeindustrien i Baskerlandet i dag. Både på landet og i de større byer er der sket en udvikling i turismeindustrien i Baskerlandet de senere år, men Baskerlandet har længe været et eksklusivt turistmål blandt andet på grund af maden, mulighederne omkring strandene og de spændende gamle byer (Greenwood, s. 82-83, 1972). Der er ydermere sket en stigning og udvikling i antallet af ansatte i serviceindustrien og således også turismeindustrien fra 1976 til 1999 i Baskerlandet (Uranga, s. 94, 2002). De seneste tyve til tredive år er der ydermere sket en stor økonomisk fremgang og tilvækst i turistindustrien og den baskiske økonomi blandt andet på grund af udviklingen i den store by Bilbao (Uranga, s. 76-97, 229, 2002).

## 2.5 Særlige politiske, økonomiske og befolkningsmæssige forhold

Noget af det særlige ved Baskerlandet er, ud over deres særlige sprog, deres forbindelse til henholdsvis Frankrig og Spanien samt deres egen identitet som regionsautonomi. Politisk har de kæmpet længe for selvstyre, og bevægelsen ETA, som startede som en løsrivelsesbevægelse, har udført gentagne bombeattentater eller terrorhandlinger forskellige steder i Spanien (Fusi, p.48-56, 1994). De senere år er der dog sket en politisk holdningsændring i Baskerlandet, i og med at ETA

ikke længere kæmper for Baskerlandets selvstændighed på voldelig vis med bombeattentater, hvilket på flere måder har bibragt en højere grad af ro og stabilitet til området.

I Baskerlandet er der blandt andet blevet udviklet nogle særlige skoler, som underviser i det baskiske sprog, "euskera". Disse skoler kaldes "Ikastolas", og de er med til at bevare og opretholde den baskiske kulturarv og give børnene, som vokser op i Baskerlandet, en forståelse og viden om, hvor de kommer fra. Dette kendskab og den følelse af forbindelse til sine rødder er netop beskrevet af Gellner (Gellner, s. 1-2, 2016) som en vigtig del af følelsen af en national identitet, og forbuddet mod at lære baskisk kan ifølge Gellner være med til at fastholde en nationalidentitet i fare eller fastholde en truet nationalidentitet. Disse skoler var forbudt under General Franco i den spansktalende del af Baskerlandet, da det var et ønske, at børnene primært skulle undervises i spansk (Woodworth, s. 282, 2007).

Baskerlandet har nogle forholdsvis store handelsbyer, San Sebastian og Bilbao. Bilbao er ifølge "The Basque Country, A Cultural History" af Paddy Woodworth den største handelsby i Baskerlandet (Woodworth, s. 103, 2007). Det er den største by i provinsen Bizkaia i den sydlige spanske del af Baskerlandet. Før i tiden var Bilbao en by, der led under store forureningsgener. Der var således en række udfordringer med at gøre byen populær både at bo i og som turistmål.

Ifølge Uranga har serviceindustrien, som er tæt forbundet med turismen i området, de seneste tyve til tredive år har haft en renæssance i Baskerlandet. Dette hænger sammen med den økonomiske positive udvikling i området (Uranga s. 76-97, 2002) - disse to faktorer er altså tæt forbundne.

Bilbao, den største handelsby i Baskerlandet, var tidligere en af de mest forurenede byer i verden (Woodworth, s. 116-117, 2007), hvilket uden tvivl har påvirket livet i byen i høj grad, i særdeleshed livet udendørs. Forandringen i byen har været meget bemærkelsesværdig og er meget synlig i gadebilledet. I forhold til Baskerlandets turisme som helhed kan man argumentere for, at udviklingen i de større byer har stor betydning for tilstrømningen af turister. Et land kan præstere på forskellige parametre i forhold til at tiltrække turister, og de store byer kan indeholde mange trækplastre i form af store attraktioner eller seværdigheder samt give en fornemmelse for landets kultur og mangfoldighed.

Der blev i 1997 i Bilbao bygget et stort museum, Guggenheim, hvilket også har været med til at sætte gang i turismen (Woodworth, s. 103, 2007). Selvom turismen længe har foregået primært i de mindre baskiske byer, som kystbyen San Sebastian, er det udviklingen af blandt andet Bilbao, som har medvirket til for alvor at sætte gang i den økonomiske udvikling i området og hermed også udviklingen af servicesektoren og turismen (Gorospe, 2011).

### 3. Teoretiske overvejelser

Til at undersøge Baskerlandets image og identitet som selvstændig enhed vil jeg gøre brug af teorien om *nation-branding/competitive identity*, som blandt andet er beskrevet af Keith Dinnie (2014) og Simon Anholt (2007). *Competitive identity* (Anholt, s25, 2007) er en videreudvikling af *nation-branding*, hvor Anholt sætter mere fokus på politik og økonomisk konkurrencedygtighed end branding i traditionel forstand. Dette har været medvirkende til, at Anholt nu foretrækker begrebet *competitive identity*. Dog bliver *competitive identity* og *nation-branding* stadig af mange teoretikere betegnet under det samme fælles begreb *nation-branding* på trods af Anholts inddragelse af politiske og socioøkonomiske faktorer. For at undgå forvirring og for at tydeliggøre at jeg benytter mig af den nye udgave, vil jeg bruge begrebet *competitive identity* (CI).

Ved at bruge teorien om CI vil jeg undersøge, hvilke faktorer, der har medvirket til at ændre Baskerlandets image som selvstændig enhed, og hvilken indflydelse separatistbevægelsen ETA har haft og har i dag på dette. CI er et relativt nyt koncept, som er udviklet i kølvandet af globaliseringen og de kortere afstande mellem lande samt den øgede samhandel (Dinnie, s. 17, 2014). CI anvendes som en hjælp til at give et bredt billede af de forskellige aspekter, der skal tages i betragtning for at få en forståelse af et lands eller en regions image.

CI kan bruges til at beskrive sammenhængen mellem *branding* og turisme, eksport og udenrigsrelationer (Anholt, s. 3, 10, 2007). Et eksempel kunne være påvirkning af Baskerlandets identitet og image, både ved at lægge fokusset på landet som helhed udadtil som ”brand”, det vil sige virksomheder, eksportvarer og andre ydre påvirkninger, som måtte blive associeret med Baskerlandet, og ved at fokusere på den baskiske befolkning og sammenhængen mellem *branding*, turisme, eksport og udenrigsrelationer, altså den CI som Baskerlandet formidler til omverdenen.

Desuden anvender jeg selvstyreteorier, som går ud på at undersøge, hvad der retfærdiggør og forklarer ønsket om selvstændighed og selvstyre. Inden for selvstyreteori benytter jeg mig af flere teoretikere på området, i særdeleshed Allen Buchanan og Ernest Gellner, men også Daniel Philpott (Moore, 1998) og Walker Connor (Moore, 1998) for at få en større forståelse for hvad, der får en region til at ønske selvstændighed, og hvilke konsekvenser, det kan have at kæmpe for selvstyre og selvstændighed.

Det samlede billede skal bibringe baggrunden for at forstå, hvilke ændringer og udviklinger Baskerlandet har været igennem i forhold til deres brand, image og identitet. I de følgende underafsnit vil jeg uddybe de forskellige teorier.

### 3.1 Nation-branding

Teorien *nation-branding* defineres som det at analysere og opfatte et land, som var det en virksomhed, altså en enhed med et image og en selvstændig identitet (Dinnie, s. 18-19, 2014).

For at afklare begreberne *brand*, *image* og *identitet* vil jeg efterfølgende komme med en definition af hvert begreb, nævne nogle eksempler og beskrive forskellene.

I Anholts bog *Competitive Identity* (2007) bliver et *brand* defineret således "*A brand is a product or service or organization, considered in combination with its name, its identity and its reputation*" (Anholt, s. 4, 2007).

I "The Concise Oxford Dictionary" bliver et *image* defineret som "*The general impression that a person, organization or product presents to the public*" (Dinnie, s. 25, 2014). Et lands *image* kan defineres som en stereotyp forestilling om, hvad landet er for en størrelse (Dinnie, s. 14, 2014). Ifølge Anholt er det dog ikke altid, at dette image reflekterer den reelle situation i den pågældende nation, "*Images seldom really reflect the current reality of the place*", (Anholt, s.27, 2007).

Et lands nationale *identitet* defineres af Anholt således: "*National identity and nation brand are virtually the same thing: nation brand is national identity made tangible, robust communicable and above all useful*" (Anholt, s. 75, 2007).

Et eksempel på et *brand* kunne være et *eksportbrand* (Anholt, s. 25, 2007), det vil sige en vare, som landet er kendt for udadtil, og som dermed kan påvirke et lands *image*, eller stereotyp forestilling om, hvad landet er for en størrelse (Dinnie, s. 14, 2014). Et eksempel på et sådant *brand* kunne være McDonald's, som er en kendt amerikansk eksportvare. Et land kan også være et *brand* i sig selv, et eksempel kunne være *brandet* USA, som blandt andet står for frihed til at skabe sin egen lykke. *Nation-brand* er altså et lands identitet, efter at den er blevet beskrevet og gjort mere konkret (Anholt, s. 75, 2007). I Danmark prøver nogle at etablere nordisk mad, nordiske tv-dramaserier og eksempelvis dansk design som en del af *brandet*: Danmark.

Et eksempel på et *image* kan være, at vi i Danmark er kendte for vores velfærdsstat, demokrati, høje sociale ansvarlighed, men også vores høje skatter.

Et lands nationale *identitet* kan som tidligere nævnt ifølge Anholt sammenlignes med et nationalt *brand*, før det bliver gjort målbart og dermed brugbart. For at bruge eksemplet ovenfor om USA kunne deres nationale *identitet* beskrives som et ønske om frihed til at være herre over eget liv, når dette bliver formuleret og gjort målbart og brugbart, bliver det så nærmere et nationalt *brand*.

Et lands *image* kan defineres som en stereotyp forestilling om, hvad landet er for en størrelse (Dinnie, s. 14, 2014). Det er dermed ikke altid, at denne forestilling blandt mennesker, som på den ene eller anden måde kommer i berøring med det givne land, via bekendte ude i verden, familie eller gennem nyheder, afspejler den dagligdag og virkelighed, som befolkningen befinder sig i det pågældende land. Et lands nationale identitet afspejler de egentlige kendetegn, som et givent land består af.

Der kan dermed være forskel på det enkelte lands reelle identitet, som afspejler, hvad landet virkelig er for en størrelse, samt et positivt billede af, hvad landet virkelig kan og står for (Anholt, s. 25, 2007) i forhold til dets *image*, som nærmere afspejler, hvad landet bliver associeret med i medierne, og hvordan det pågældende land bliver omtalt i forskellige sammenhænge. I formuleringen landets *brand* kan forstås de målbare karakteristika, som landet kan sælges på eller er kendt for. Disse karaktertræk, som adskiller de enkelte lande fra hinanden, kan også opleves som negative karakteristika eller enkelthændelser, der kan sætte et lands *brand* i et dårligt lys, eller i nogen grad påvirke landets konkurrencedygtige identitet (Anholt, s. 49, 2007).

På grund af den stigende globalisering er der en øget påvirkning og berøring med hinanden, og dermed er der en større basis for konkurrence mellem lande (Dinnie, s. 18-19, 2014), blandt andet i form af øget udveksling af information, rejser og samhandel. En måde at skille sig ud fra mængden kunne være via *nation-branding*:

*”More and more countries around the world are embracing nation branding in order to differentiate themselves on the world stage and to strengthen their economic performance, primarily in terms of exporting, inward investment and tourism”* (Dinnie, s. 23, 2014).

*Nation-branding* kan altså ifølge Simon Anholt bruges til at øge turismen og tiltrække investeringer og samhandel i et land. Det at differentiere sig som land i forhold til omverdenen og dermed øge fokusset på, hvad der gør ens eget land særligt i forhold til de øvrige lande i det globaliserede landskab, kan ifølge Anholt være med til at øge og give fornyede kræfter til eksportvirksomheder og skabe et ry eller image for landet. Det er godt for en nation at gøre brug af flere naturlige kanaler for at sælge ikke blot produktet, men at opbygge et image og ry over for omverdenen; mere om dette i afsnit 3.2 om Competitive identity (Anholt, s. 27, 2007).

Ifølge Simon Anholt er det blevet nødvendigt for nationer at interessere sig for *nation-branding*, og et stigende antal lande undersøger og gør brug af teorien i deres branding-strategi over for den omkringliggende verden. *Nation-branding* er af betydning i et globaliseret verdensmarked som i høj grad hænger sammen på kryds og tværs (Anholt s. 1, s. 19, 2007). Ifølge Keith Dinnies formuleringer i bogen ”Nation Branding”, er *nation-branding* teorien omstridt, da teorien er politisk og beskæftiger sig med politiske emner lande imellem, hvilket fremprovokerer forskellige holdninger og meninger (Dinnie, s. 13, 2007). Det er med andre ord ikke muligt at finde et objektivt syn på fænomenet *nation-branding/CI*.

### 3. 2 Competitive identity

Simon Anholt er senere hen nået frem til begrebet *competitive identity*, da hans arbejde har mere med politik og økonomisk konkurrencedygtighed at gøre end *branding* i traditionel forstand. *Competitive identity* kan bruges til at beskrive sammenhængen mellem *branding* og turisme, eksport og udenrigsrelationer (Anholt, s. 3, 10, 2007). Baggrunden for *competitive identity*-teorien defineres på den vis, at hvis regeringen har et tydeligt, troværdigt og positivt billede af, hvad dens land bygger på og indeholder og forstår at benytte sig af de forskellige veje til at kommunikere dette billede, er de på vej til at understøtte eller opbygge den konkurrencedygtige nationale identitet (Anholt, s. 25, 2007).

Turismen bliver anset som værende et væsentligt element i kommunikationen af et lands konkurrencedygtige identitet (*competitive identity*) (Anholt, s. 88, 2007). Det at besøge et land og dermed lære det at kende på tættere hold kan påvirke en persons holdning til landet og dets produkter (Anholt, s. 90, 2007). Et eksempel kunne være forskellen på at have hørt om spansk, fransk eller italiensk gastronomi hjemme i sit eget land og måske have smagt nogle få retter eller

vine, i forhold til at tage på ferie eller opholde sig i et af disse lande i en periode, måske købe ind i et lokalt supermarked i landet eller besøge en vingård og lære noget om vinproduktionen, sproget og kulturen i området. En del af Simon Anholt's *nation-branding* teori er altså *competitive identity* eller konkurrencedygtig identitet.

*"Competitive identity is the term I use to describe the synthesis of brand management with public diplomacy<sup>3</sup> and with trade, investment, tourism and export promotion. CI is a new model for enhanced national competitiveness in a global world."* (Anholt, s.3, 2007).

Regeringen af et land, dermed også "lokal-regeringen" i Baskerlandet, har stor indflydelse på et lands identitet og skabelsen af bevidsthed og kendskab til det givne land. Dette kan både influere på salg af produkter fra landets virksomheder men også have stor betydning for landets turisme, da kendskabet til et land øger sandsynligheden for, at potentielle turister anser et bestemt land for at være et muligt og interessant rejsemål. Der er ifølge Anholt seks forskellige veje (Anholts hexagon) at benytte sig af for at kommunikere et lands konkurrencedygtige identitet på en ønskelig måde. Disse kanaler eller veje er (Anholt, s. 25, 2007):

1. Landets turistbureauer og reklame for turisme sammen med turisterne og andre tilrejsendes indtryk af at opholde sig i det givne land.
2. Landets eksportvarer og dermed en del af deres "brand". Dette har stor betydning for landets image internationalt i forbindelse med virksomheder og international handel, så længe landet er kendt, og der eksisterer et forudindtaget indtryk af landet.
3. Politiske beslutninger, som kan være enten indenrigsanliggender, udenrigspolitiske spørgsmål eller konflikter, som påvirker både landet selv og relationen til den omkringliggende verden.
4. Hvordan landets firmaer vælger at investere deres kapital. I forretningssammenhænge gør det sig også gældende, hvordan pengene i landets statskasse bliver forvaltet.
5. Landets kulturelle initiativer, forbindelser og produkter.
6. Indbyggerne og borgerne, kendte og politikere fra landet samt disses opførsel og udtalelser i medier og i sammenhæng med andre.

---

<sup>3</sup> Public diplomacy består i, at man via et lands befolkning øger kendskabet til et bestemt land og derved kan løse eller forhindre eventuelle konflikter (Udenrigsministeriet, 2017)



Disse ovennævnte seks del-elementer eller forskellige muligheder for kommunikation af et lands identitet, kan hver for sig eller i en kombination af flere elementer påvirke og have betydning for et lands CI. Blandt andet indtrykket af borgerne og fremtrædende personer fra landet kan altså, ifølge Anholt, påvirke indtrykket af det pågældende land (Anholt s. 25, 2007). I forbindelse med arbejdet med Baskerlandet, kan det være relevant at diskutere, hvori forskellene består i forhold til promoveringen af en by, en region og et land, samt at få defineret, hvad Baskerlandet egentlig består af og kan klassificeres som. Ifølge Simon Anholt er der nogle forskelle på, hvilke elementer som er i spil, når man henholdsvis har med en by eller et land at gøre (Anholt, s. 59, 2007), og ligeledes er der også nogle specifikke elementer, som kan tages i brug ved promovering af en region (*region-branding*). Man kan vælge at promovere sin region, som var det en by, da regioner og byer ligeledes kan være i indbyrdes konkurrence med hinanden på samme måde som lande imellem. Der kan ligge en identitetsfølelse bag at tilhøre en bestemt region, på samme måde som der kan ligge en identitetsfølelse bag det at tilhøre en bestemt nation eller land (Anholt, s.20, 2007).

### 3.3 Selvstyreteori

Det er en kompleks diskussion, som ligger bag svaret på spørgsmålet, om Baskerlandet kan karakteriseres som en nation eller primært som en del af Spanien og Frankrig. Kigger man tilbage i tiden, har Spanien en lang historie, som blandt andet hænger sammen med Baskerlandet og Catalonien, som begge anses for regioner i Spanien, men som på hver sin måde har en høj grad af selvstyre eller autonomi. Der er altså ikke noget entydigt svar på, om man skal opfatte Baskerlandet som en nation med sin egen nationale identitet eller snarere en selvstyrende region med sin egen selvstændige regionsidentitet eller egnsidentitet.

I en artikel om regionalisme og nationalisme i Spanien skriver Juan Pablo Fusi:

*“Spanish regionalism, which in the majority of regions and provinces did not develop into political movements virtually until 1975-80, might be defined as an integrated regionalism, an almost natural and spontaneous sentiment of local identity, wholly compatible with a national Spanish sense of identity common to the entire country.”* (Fusi, s. 49, 1994).

De fleste af de spanske regioner har altså en spansk nationalitetsfølelse samtidig med en følelse af at høre til i deres egen region, altså en regionsidentitetsfølelse. I artiklen beskrives den som nærmest

naturlig, det vil sige, den er ikke nødvendigvis påtvunget eller kunstig, men opstået eller indgroet i regionen. Fusi skriver om den historiske udvikling af de regionale områder:

*“The emergence of nationalist movements in Catalonia and the Basque Country first, and Galicia later was, thus, a different historical question. In a few years Spanish politics experienced a change which, in the long run, would force a profoundly different approach to the territorial organisation of the nation: first with the above mentioned Catalan Mancomunidad; then, during the Second Republic (1931-36), with the formal recognition of the right of the regions to autonomy, a right first exercised by Catalonia and later by Euzkadi in 1936-37; finally, with the establishment of the State of Autonomies written in the Constitution of 1978. The ultimate foundations of Catalan, Basque and Galician nationalism lay in the existence of linguistic, historical, cultural, ethnic and institutional elements peculiar to those regions,”* (Fusi, s. 49, 1994).

Allen Buchanan stiller nogle kriterier op for, hvornår en region eller nationalitet kan forsvare at kræve selvstyre (Buchanan, 2013), og Ernest Gellner mener, at en nation vil kæmpe for sit lands ret til at holde sin identitet i live, hvis denne er truet ved at kæmpe for at bevare en grad af selvstændighed, som tillader opretholdelsen af egen kultur og egne værdier samt andre parametre, som en given identitet kan bygges af og bestå af (El Pais, 2016).

Som beskrevet af Daniel Philpott i bogen ”National self-determination and secession” (Moore, s. 95, 1998) er der også en vis risiko ved at lade en del af en nation blive selvstændig. Der er blandt andet en risiko for, at ethvert statsanliggende vil give anledning til tvivl hos en eventuel separatistbevægelse i en given region, som ønsker selvstændighed. Ifølge Walker Connor i Margaret Moores bog skal man også holde sig for øje, at en separatistgruppe i en region, som ønsker selvstændighed, kan frembringe grupper af suveræne enheder forskellige steder i regionen (Moore, s. 4, 1998).

Jeg vil også gøre brug af Ernest Gellner’s tanker om, at en nation vil kæmpe for at bevare sin kultur, og Allen Buchanan’s teorier om, hvilke forhold der har betydning for et lands stræben for større selvstændighed. Ernest Gellner mener, at målet med nationalisme er at bevare en nations identitet, når den er truet eller i fare: *”El objetivo de todo nacionalismo es alcanzar el nivel de autogobierno que garantice pervivencia de una identidad en peligro”* (El Pais, 2016). Det vil sige, at Ernest Gellner mener, som tidligere nævnt, at en nation vil kæmpe for sit lands ret til at holde sin identitet i live, hvis denne er truet ved at kæmpe for at bevare en selvstændighed, som tillader opretholdelsen

af egen kultur og egne værdier samt andre forhold, som en given identitet kan bygges og bestå af. Dette kunne også gøre sig gældende for Baskerlandet, der i perioder har kæmpet indædt for bevarelsen af egen identitet over for Spanien.

Ifølge teoretikeren inden for feltet om identitet og selvstændighed for nationer, Allen Buchanan, er der nogle parametre, som gør sig gældende for, om et land vil søge større selvstændighed. Ifølge Allen Buchanan er der fire typer af brud på rettigheder, som retfærdiggør liberalisering eller frigørelse fra en større nation, (Buchanan, s. 3, 2013):

- Ulovlig annektering af en suveræn stat eller dets territorium.
- Voldsomme overtrædelser af fundamentale menneskerettigheder.
- Redistribuering og gentagende diskriminering ved omfordeling af økonomiske statsmidler uden retfærdig tilbagebetaling til regionen.
- Brud på forpligtelser fra statens side over for regionsautonomierne, eller manglende samarbejdsvilje i forbindelse med aftaler om mere selvstændighed til regionsautonomierne.

Disse teorier om brud på rettigheder kan også sammenholdes med ETAs selvstændighedskamp og voldelige attentater i Baskerlandet i et forsøg på at analysere bevæggrundene for ETAs brutale selvstændighedskamp. Spanien består af regionsautonomier, hvilket Allen Buchanan også kommer ind på i sin artikel, ”¿Tiene Cataluña derecho a la secesión?”. Allen Buchanan taler blandt andet om, at de centrale myndigheder i Spanien ikke har vist sig troværdige i forhold til at efterkomme ønsket om en højere grad af selvbestemmelse i den større region Catalonien. Catalonien har eget sprog og kun en mindre råderet over egne finanser (Buchanan, s. 4, 2013). Dette taler for en højere grad af selvstyre for denne region ifølge Buchanan, (Buchanan, s. 5, 2013). Catalonien er altså afhængig af en fair spansk fordelingspolitik, som sikrer, at regionen undgår at betale for meget til resten af Spanien via deres egne midler og reducerer egen vækst.

De nævnte teorier vil i det kommende kapitel blive anvendt på en analyse af udviklingen i regionen Baskerlandet.

## 4. Metodiske overvejelser

Jeg vil benytte mig af en metode, som kaldes ”convergent mixed method”, hvor man både inddrager kvalitative og kvantitative data i fagtekster og sammenholder dem med en bestemt teori. De individuelle kilder analyseres ud fra deres indhold af enten kvalitative eller kvantitative data, hvormed man opnår ny viden inden for et givent område ved at sammenholde dem med teorierne. Creswell beskriver metoden som: *”The convergent mixed methods approach is probably the most familiar of the basic and advanced mixed methods strategies. (...) In this approach, a researcher collects both qualitative and quantitative data, analyzes them separately, and then compares the results to see if the findings confirm or disconfirm each other”* (Creswell et al., s. 219, 2011).

Jeg vil udvælge nogle budskaber og citater i forskellige fagtekster, som har relevans i forhold til min analyse af ændringen i Baskerlandets image og identitet og sammenholde dem med hinanden for at vurdere, om der er overensstemmelse mellem de forskellige udtalelser og beskrivelser af udviklingen i området. Dette udgør den kvalitative del af datamængden. Den kvantitative del af datamængden består i at kigge på nogle undersøgelser i befolkningen og eksempelvis spørgeskemaer eller andre statistiske undersøgelser blandt en befolkningsgruppe samt nogle økonomiske data primært fra Urangas bog ”Basque Economy from Industrialization to Globalization” og analysere disse data (Creswell et al., s. 219, 2011).

Jeg vil benytte mig af kvalitativ analyse af faglitteratur i form af artikler og fagbøger ved inddragelse af teorierne *nation-branding* og *competitive identity* som beskrevet i teori-afsnittet. Dermed kan jeg afdække, hvad der kan have påvirket udviklingen i det givne samfund, og hvilke redskaber og elementer, der har udviklet området i forhold til at tiltrække turister, opbygge et positivt image og styrke regionens CI.

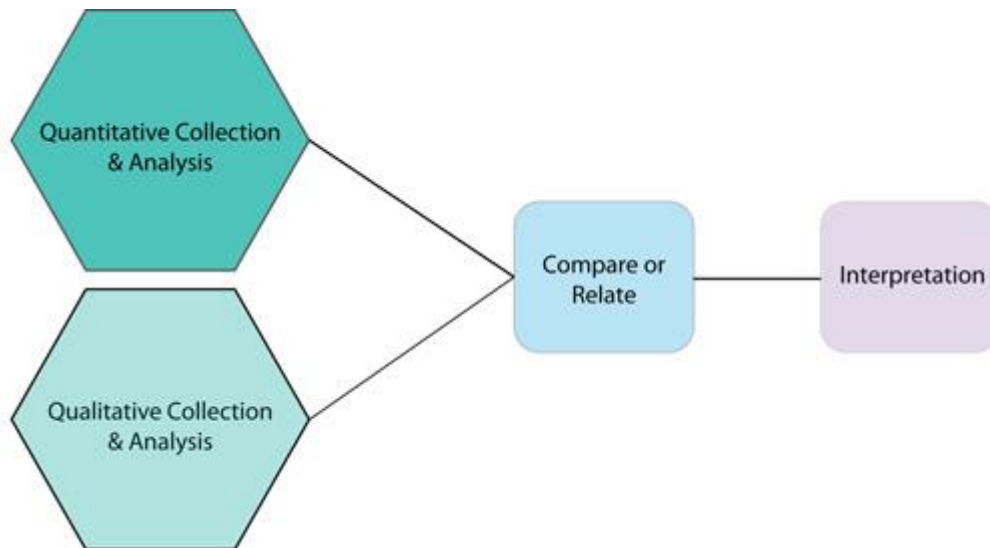
Jeg vil sammenholde den kvalitative og kvantitative del af analysen i en diskussion af de resultater eller konklusioner, jeg er kommet frem til i arbejdet med analysen.

Forskellige spørgsmål og problemstillinger kan, som beskrevet af Creswell i ”Designing and conducting mixed method research”, belyses ved at anvende mixed method (Creswell et al., s. 218, 2011):

- “Comparing different perspectives drawn from quantitative and qualitative data.”
- “Explaining qualitative results with a qualitative follow-up data collection and analysis.”
- “Developing better measurement instruments by first collecting and analyzing qualitative data and then administering the instruments to a sample.”

Der kan derfor være forskellige problemstillinger og argumentationer for at vælge en bestemt tilgang til mixed method.

Jeg vil benytte den særlige variant af *mixed method*, som betegnes *convergent parallel* (Creswell et al., s. 231, 2011) for at inddrage både kvalitative og kvantitative kilder i analysen.



(Figur fra Creswell, et. al., 2011)

Som vist i figuren ovenfor vil jeg først samle information både i form af kvalitative og kvantitative data og analysere dem selvstændigt. Den kvalitative datamængde vil bestå af artikler og beskrivelser af udviklingen i området, som for eksempel når Woodworth fortæller, at baskerne stiller sig selv tre spørgsmål, når de vågner om morgenen: ”Hvem er vi? Hvor kommer vi fra? Og hvad skal vi have til aftensmad?”

Den kvantitative del af data vil bestå af statistiske undersøgelser og tal i forbindelse med den politiske, økonomiske og historiske udvikling i området. Eksempelvis Euskobarometro’s opgørelser

af tilslutningen til ETA og data for, hvor mange baskiske virksomheder der klarer sig godt i sammenligning med det øvrige Spanien (Ramo, 2015).

Jeg vil som illustreret i figuren ovenfor sammenligne eller relatere og derefter fortolke de kvalitative og kvantitative analyser, hvilket af Creswell kaldes for "side by side approach" og defineres som: *"... the researcher might start with the qualitative findings and then compare them to the quantitative results. Mixed method writers call this a side-by-side approach because the researcher makes the comparison within a discussion, presenting first set of findings and then the other"* (Creswell et al, s. 222, 2011).

#### 4.1 Videnskabsteori

For at beskrive den videnskabsteoretiske tilgang til projektet vil jeg benytte mig af et citat fra Gyldendals leksikon. Her beskrives i korte træk, hvad den hermeneutiske spiral går ud på. Den hermeneutiske spiral er beskrevet af filosofferne Heidegger og Gadamer. Det bliver beskrevet, hvordan et menneskes forståelse af en tekst hænger sammen med det menneskes erfaring, viden og særlige forståelseshorisont. Man forstår ifølge Heidegger og Gadamer en tekst ud fra ens forforståelse af verden eller teksten. Det vil sige, at det kendskab man har til verden på forhånd bidrager til og påvirker ens forståelse af den tekst eller verden, som er foran en.

*"Som forudsætning for enhver forståelse må vi besidde en forforståelse af den sag eller det forhold, vi ønsker at forstå. Historiciteten, dvs. det forhold, at vi allerede befinder os inden for en forståelseshorisont, på baggrund af hvilken vi kan udlægge verden, er altid udgangspunkt for forståelsen. Heidegger og Gadamer viderefører således idéen om den hermeneutiske cirkel. For at forstå en del af en tekst må man forstå helheden. Samtidig kan man dog kun forstå helheden, når man forstår de enkelte dele. Det er denne idé, der generaliseres, når de hævder, at forståelse og forforståelse forudsætter hinanden."* (Katzenelson et al, 2017).

Det er altså ifølge ovenstående nødvendigt at have en forforståelse for at forstå helheden i en tekst. Det er samtidig ifølge nedenstående citat vores personlige erfaringer og viden, som former vores forståelse eller fortolkning af en tekst.

*"...there is no pure perception or perfect objectivity that allows us to separate objects of knowledge from acts of interpretation. The minds of real people can never be likened to a "blank slate," and the anticipations that color our perceptions are shaped by personal experience."* (Lammi, 1991).

I mit speciale bruger jeg ligeledes min forforståelse, mit kendskab til regionen og min subjektive forståelse af den viden, jeg får fra de bøger og artikler jeg læser og anvender dermed den hermeneutiske spiral i min tolkning af litteraturen, som jeg bruger i min opgave.

## 5. Empiri

I dette projekt vil jeg inddrage flere forskellige former for kilder og litteratur. Jeg har lavet søgninger og fundet relevante artikler og fagbøger omhandlende Baskerlandets historie, politiske og økonomiske udvikling og karakteristika. Disse kilder har bibragt et overblik over baggrunden for nutidens politiske og økonomiske tilstand i Baskerlandet. Baskerlandet er som nævnt sin egen region med en stor grad af selvstyre.

Til at undersøge Baskerlandets image og identitet som selvstændig enhed fra et teoretisk perspektiv vil jeg gøre brug af teorien om *nation-branding*, som blandt andet er omfattende beskrevet af Keith Dinnie (2014) og Simon Anholt samt *competitive identity*-teorien beskrevet af Simon Anholt (2007).

Jeg vil derudover gøre brug af en faglitterær kilde, bogen *National self-determination and secession*, skrevet af Margaret Moore. Den indeholder flere forskellige selvstyreteorier samt nogle kilder, som inddrager Ernest Gellner og Allen Buchanan, som også bidrager inden for selvstyreteori. Selvstyreteoriene anvender jeg i analysen af, hvilke faktorer som har bidraget til at ændre Baskerlandets image som selvstændig enhed, og hvilken indflydelse separatistbevægelse ETA måtte have haft og har i dag.

For at få indsigt i de historiske linjer og udviklingen i Baskerlandet vil jeg blandt andet gøre brug af bogen ”The Basque Country. A Cultural History” skrevet af Paddy Woodworth (2007). Paddy Woodworths bog beskriver også Baskerlandet kulturelt og identitetsmæssigt, så man får præsenteret regionen på det politiske og kulturelle område og får fokus på dets særlige forhold. Denne bog forklarer på en indlevende måde, udover den historiske udvikling i Baskerlandet, de paradokser og særlige kendetegn, der er at finde ved baskerne, deres levevis, særlige traditioner og kulturelle karakteristika og de konflikter, udfordringer og dilemmaer, som baskerne har været igennem og stadig står overfor i dag.

Udover dette faglitterære værk har jeg fundet og gjort brug af flere faglitterære artikler om ETA, selvstændighed, identitets-problematikken og den historiske udvikling i turismen i Baskerlandet.



Jeg har også fundet en spansk bog skrevet af Juan Juaristi, som beskriver den historiske udvikling i Baskerlandet med fokus på politiske holdninger og udvikling af organisationer og politiske bevægelser, samt hvad der ligger til grund for deres opståen.

Desuden har jeg anvendt bogen: ” *Basque economy from industrialization to globalization*” (2002) skrevet af den Baskiske forsker, Mikel Gómez Uranga, fra Universidad del País Vasco. Dette giver et indblik i de forskellige delfaktorer, som kan have og har spillet ind i forhold til Baskerlandets udvikling og tiltrækning af turister, både inden for det politiske, økonomiske og kulturelle. Mikel Uranga beskæftiger sig med den økonomiske udvikling i Baskerlandet, før og efter indtrædelsen i den Europæiske Union, og forskellen på land og by og sammenligner den med det øvrige Spanien.

Derudover vil jeg kigge på nogle undersøgelser med statistikker over baskernes holdninger og adfærd blandt andet i forbindelse med turisme og deres holdning til ETA og denne organisations berettigelse i Baskerlandet (Gobierno Vasco, 2014). Euskobarometro er en baskisk nationalundersøgelse, som beskriver baskernes holdninger blandt andet inden for politik (Ramo, 2015).

Alt dette er med til at give et overblik over, hvad det er for en udvikling og ændring i Baskerlandets image, som er foregået, og hvad som er med til at gøre Baskerlandet attraktivt for turisterne, da det ifølge Simon Anholt er nødvendigt at medregne mange forskellige faktorer for at få et indblik i et lands CI og image, og den ændring som har foregået i Baskerlandet de senere år. Dette giver en mulighed for at analysere og inddrage de forskellige aspekter af ændringen i Baskerlandets image og nå frem til en konklusion af, hvilken indflydelse det har haft på tilstrømningen af turister til området i de senere år.

## 6. Analyse

Jeg vil i analysen beskæftige mig med Baskerlandets udvikling og ændringer politisk såvel som kulturelt og økonomisk primært i den spansktalende del af Baskerlandet. Jeg vil analysere ændringerne i Baskerlandet med udgangspunkt i en politisk del, en økonomisk del og en kulturel del.

Den politiske del af ændringerne i Baskerlandet vil relatere sig til spørgsmålet om selvstændighed og den baskiske identitet samt forholde sig til tilslutningen til ETA. Derudover vil den politiske del også beskæftige sig med forskellige politiske holdninger, som gør sig gældende inden for baskisk selvstændighed, og hvordan forskellige politiske partier og organisationer har påvirket udviklingen i Baskerlandet. For at få et indblik i den politiske udvikling vil jeg både komme ind på den baskiske identitet, den basiske organisation ETA, det nationalistisk baskiske parti, PNV og den nuværende politiske situation i området.

Den økonomiske del af analysen vil relatere sig til blandt andet den økonomiske fremgang i Baskerlandet, i særlig grad i storbyen Bilbao, som har haft betydning for den generelle økonomiske udvikling i region. Derudover vil jeg fokusere på stigningen i turismen, som har været med til at påvirke området positivt økonomisk set og analysere, hvilken betydning dette har haft på Baskerlandets image. Den økonomiske del af analysen handler desuden om andre faktorer, som har bidraget til den økonomiske vækst i området. Den økonomiske del vil blive spredt over tre afsnit, som henholdsvis vil omhandle den økonomiske situation både før, under og efter ETA. Denne opdeling vil jeg gøre brug af for at gøre det lettere at illustrere forskellen og ændringen i den økonomiske situation i området igennem historien samt betydningen og indflydelsen, som organisationen ETA har haft for den baskiske økonomiske situation.

Den kulturelle del af analysen vil både beskæftige sig med infrastruktur, turisme, gastronomi, byudvikling, sprog og identitet. Denne del af analysen vil dermed beskæftige sig med nogle af de kulturelle faktorer, som er med til at gøre Baskerlandet til noget særligt og give regionen sin egen identitet og sit eget image, som adskiller sig fra de omgivende lande, Spanien og Frankrig. Den kulturelle del omhandler samtidig tiltrækningen af turister, og den kulturelle udvikling som er sket i Bilbao (Woodworth, s. 134, 2007), samt de forskellige kulturelle tilbud, aktiviteter og oplevelser, som Baskerlandet tilbyder (Woodworth, s. 63, 95, 2007). Baskerlandet har i nyere tid som tidligere nævnt haft succes med at tiltrække turister og gøre sig selv til et interessant mål for turister. Jeg vil

have fokus på udviklingen i turismen i Baskerlandet og undersøge baggrunden for succesen og fremgangen i blandt andet nogle af de store byer i den spansktilknyttede del af Baskerlandet.

Ifølge Simon Anholt's teori om *competitive identity* (Anholt, s. 25, 2007) har den politiske og kulturelle identitet samt de politiske, økonomiske og kulturelle faktorer indflydelse på hinanden og er alle med til at give et image og påvirke CI hos en nation. I og med at de påvirker hinanden, kan de ikke beskrives uafhængigt af hinanden. Alle disse faktorer påvirker både individuelt og samlet set en nations identitet og er med til at kommunikere den CI ud til eksempelvis turister eller tilrejsende. Jeg vil analysere, hvordan det har spillet ind på tiltrækningen af turister, og i denne forbindelse inddrage *nation-branding/ competitive identity* som værktøj til at analysere ændringen i Baskerlandets image og ligeledes inddrage *selvstyrelsteori* i analysen af Baskerlandets identitet og udvikling.

I min analyse vil jeg anskue problemstillingen omkring Baskerlandets image og fremgang i turismeindustrien, både ved at kigge på artikler og statistiske undersøgelser. Jeg vil inddrage det historiske forløb i den baskiske organisation ETA for udviklingen i området i forbindelse med turismeindustrien og Baskerlandets image udadtil.

### **Den nuværende situation i Baskerlandet**

Baskerlandet er gået fra at have et stort fokus på selvstændighed politisk set, til at det er begyndt at fylde mindre i baskernes bevidsthed. Der er i dag en større grad af politisk stabilitet i området og siden 2011 foretager ETA ikke længere voldelige attentater i deres selvstændighedskamp. Men det er dog ikke alle i Baskerlandet, som har fralagt sig tidligere tiders ønsker om, og historiske kamp for, selvstændighed (Woodworth, s. 17, 2007). Der er altså ikke, ifølge Woodworth, enighed i befolkningen i forhold til, hvor nationen er på vej hen politisk og i spørgsmålet om selvstændighed.

Baskerlandet er i fremgang og i særlig grad de større byer, hvilket ifølge Uranga kan være med til at skabe en vis økonomisk ulighed i befolkningen. Hvis investeringer primært sker i bestemte områder af regionen, bliver den økonomiske udvikling ikke ensartet (Uranga s. 227, 2002).

## 6.1 POLITISKE FAKTORER

### 6.1.1 Det nationalistiske baskiske parti, PNV

PNV eller Partido Nacionalista Vasco (på baskisk omtalt som EAJ: *Eusko Alderdi Jeltzalea*) er i dag det største baskiske parti. Det blev grundlagt af Sabino Arana i 1895 (Woodworth, s. 284, 2007) en journalist, som blev født 1865, og som så en uretfærdighed i den måde, som baskerne blev behandlet på af spanierne, da han oplevede, at baskerne blev undertrykt af Spanien (Woodworth, s. 37, 2007). Partido Nacionalista Vasco blev starten på den moderne baskiske nationalisme og nationalistiske tankegang, som Sabino Arana ved sin politiske holdning var med til at igangsætte. PNV har haft stor indflydelse på baskisk politik i de seneste mange år i Baskerlandet, og deres ønske om selvstændighed har haft stor opbakning i befolkningen.

Siden demokratiet blev genindført efter general Francisco Franco's død i 1975 har PNV dannet regering i Baskerlandet på nær årene 2009-12, hvilket er med til at understrege ønsket om selvstyre fra Spanien (Woodworth, s. 284, 2007). Sabino Arana har sammen med sin bror haft en enorm indflydelse på baskisk politik og selvstændighed, og deres efterkommere har ligeledes været med til at styre Baskerlandet, siden konstitutionen for autonomierne blev vedtaget i 1980 (Woodworth, s. 32, 2007).

Da general Franco begyndte sin politiske og militære kamp mod kommunismen i hele Spanien og dermed også i den baskiske autonome region, lykkedes det ham ikke at få det baskiske nationalistiske parti overbevist om hans ideologi og metoder. Han følte sig forrådt af partiet, da de viste ideologisk modstand mod hans værdier og principper (Woodworth, s. 36, 2007). Den første baskiske regering blev dannet af flere partier, både PNV, PSOE (det spanske socialistiske arbejderparti) og PCE (det spanske kommunistparti) i året 1936 (Woodworth, s. 36, 2007). Under general Franco mærkede baskerne tydeligt, hvordan de manglede indflydelse på deres egen region og var underlagt styret i Madrid. Sabino Aranas overbevisning om at baskerne ikke havde tilstrækkelig beslutningskraft, havde stor indflydelse på dannelsen af ETA (Woodworth, s. 37, 2007). Dette har altså været med til at fremprovokere ETA som organisation, og de politiske holdninger og tanker som ETA har vist sig at stå for.

Dette kan også sammenlignes med Allen Buchanans (2013) fire punkter for, hvornår en region kan retfærdiggøre at ønske selvstændighed, hvor især det sidste punkt: *Brud på forpligtelser fra statens side over for regionsautonomierne, eller manglende samarbejdsvilje i forbindelse med aftaler om mere selvstændighed til regionsautonomierne*, kan siges at være aktuelt for baskerne.

Ligeledes er Gellners teori (El Pais, 2016) om, at hvis man eksempelvis bliver fastholdt i ikke at måtte tale sit eget sprog i skolen, bidrager det til, at nationalidentiteten er truet.

Baskerne følte ikke, at deres aftaler og rettigheder blev overholdt af styret i Madrid, hvilket ifølge Allen Buchanans teorier kan være med til at fremprovokere et ønske om selvstændighed og dermed givet grobunden for separatistbevægelser som ETA.

#### 6.1.2 ETAs historiske udvikling og påvirkning i Baskerlandet og Spanien

Der har som tidligere nævnt historisk set eksisteret en form for regionsnationalisme med et baskisk parti mange år tilbage i tiden, hvorfra den baskiske nationalistiske bevægelse ETA har sit udspring. ETA er en revolutionær bevægelse, som blandt andet har sit udspring i ønsket om Baskerlandets selvstændighed fra Spanien og ønsket om mere indflydelse og selvbestemmelse under General Franco (Juaristi, s. 306-7, 2013). ETA startede altså som en nationalistisk og marxistisk oprørsbevægelse under Franco's regeringsperiode, hvor baskerne følte, at deres identitet var truet af styret i Madrid, og hvor de oplevede en mangel på indflydelse over deres eget område og blev forbudt at tale baskisk i skolerne (Woodworth, s. 174, 2007). Dette ligger i tråd med Gellners selvstyreteori (Gellner, s.1-2, 2016), som netop beskriver, hvordan en truet nationalidentitet kan medvirke til retfærdiggørelsen af et ønske om løsrivelse eller selvstændiggørelse fra en anden nation. Så hvis baskerne føler, at deres egen nationale identitet er sat under pres fra styret i Spanien, kan dette altså være med til at fremprovokere ønsket om selvstændighed og løsrivelse. Ifølge Buchanan kan ønsket om selvstændighed også retfærdiggøres ved misligholdelse af aftaler over for regionsautonomier eller manglende samarbejdsvilje i forbindelse med aftaler om mere selvstændighed til regionsautonomierne (Buchanan s. 5, 2013), hvor man kan sammenligne det med baskernes følelse af manglende indflydelse på deres eget område.

Vreden mod general Franco har dog ifølge Woodworth næsten på egen hånd igangsat ETAs selvstændighedskamp og terrorhandlinger. ETA har altså for det meste sit udspring i Francos diktatur og "systematic rape" af den baskiske kultur. Ifølge Woodworth har den spanske stat på

baggrund af de mindre partier, som har været enige med ETA på mange fronter, bidraget til ETAs uroligheder (Woodworth, s. 171, 2007).

Det er altså ikke udelukkende baskerne selv, som har medvirket til tilblivelsen af ETA, men der har været forskellige politiske mekanismer i gang mellem den spanske stat og de forskellige dele af den baskiske befolkning, som har haft forskellige holdninger til situationen i Baskerlandet og forholdet til Spanien og i særdeles Francos regime. Den baskiske befolkning har haft et længe eksisterende ønske om at bibeholde en selvstændig identitet og kultur, samt et ønske om at aftaler om økonomisk omfordeling til gavn for Baskerlandet blev overholdt (*"Den egentlige baskiske nationalisme begyndte at tage form i slutningen af 1800-tallet, da Partido Nacionalista Vasca (PNV) blev grundlagt.* Information, 2001).

I 1973 blev premierminister Admiral Luis Carrero Blanco skudt og dræbt af ETA (Woodworth, s. 176, 2007), og ETA har i alt dræbt mere end 800 mennesker gennem tiden (Woodworth, s. 172, 2007). Fra 1987 til 1993 foretog ETA nogle af de mest voldelige af deres attentater. Bilbomber både mod civile og det spanske Guardia Civil har slået mange mennesker ihjel og har blandt andet været en af ETAs måder at udføre deres attentater på (El Mundo (A), 2009). Bilbomber og angreb mod civile har været en realitet i området og dermed bidraget til en følelse af usikkerhed og utryghed blandt lokalbefolkningen og eventuelle tilrejsende. Som beskrevet af Daniel Philpott i bogen "National self-determination and secession" (Moore, s. 95, 1998) er der også en vis risiko ved at lade en del af en nation blive selvstændig. Der er blandt andet en risiko for, at ethvert statsanliggende vil give anledning til tvivl hos en eventuel separatistbevægelse i en given region, som ønsker selvstændighed, det er altså ikke nødvendigvis givet på forhånd, at en eventuel selvstændighedsaftale med Spanien ville føre til et mere trygt og roligt Baskerland. Ifølge Walker Connor i Margaret Moores bog skal man også holde sig for øje, at en separatistgruppe i en region, som ønsker selvstændighed, kan frembringe grupper af suveræne enheder forskellige steder i regionen. Dette kan man sammenligne med ETA, som har udført flere voldelige attentater og netop opført sig som en suveræn enhed ved deres terrorhandlinger og attentater i Baskerlandet (Moore, s. 4, 1998).

Ifølge Ernest Gellner og Allen Buchanans selvstyreteorier er der som nævnt nogle forskellige faktorer, som kan være med til at bibringe en retfærdiggørelse af et ønske om selvstyre i et bestemt

område eller en nation, og nogle bestemte faktorer som kan være med til at fremprovokere et ønske om selvstændighed. Manglende kontrol over deres sprog og uddannelse kan opfattes som et brud på en fundamental frihedsrettighed for befolkningen og dermed fremprovokere ønsket om selvstændighed hos baskerne. Ønsket om selvstændighed kan dog også ifølge Allen Buchanan bunde i mangel på overholdelse af selvstyreaftaler over for regionsautonomierne.

Baskerlandets image og turisternes indtryk af at opholde sig i landet kan ifølge punkt et i Anholts hexagon (Anholt, s. 25, 2007) have betydning for CI. Hvis der ikke er styr på den politiske linje i nationen, kan dette være med til at påvirke indtrykket udadtil. Turisters indtryk af landet kan selvsagt variere alt efter personen, som oplever stedet, men ifølge Anholt (Anholt, s. 25, 2007) kan reklameringen for området også være med til at give turisterne et bestemt indtryk af et givent land, da det er med til at påvirke kommunikationen af CI. Man kan altså påvirke fortællingen om et lands identitet og dermed bibringe landet et positivt image ved at give turisterne en positiv oplevelse af at rejse i det pågældende land eller bare ved at udforme reklamer med forskellige positive fortællinger om landet. Så hvis turisterne i Baskerlandet får en positiv oplevelse af deres rejse eller ophold, kan det påvirke den CI i området positivt, hvorimod hvis turisterne har en dårlig oplevelse for eksempel i forbindelse med attentater fra ETA, vil dette påvirke Baskerlandets CI negativt. Dette kunne for eksempel være i forbindelse med uroligheder, eller hvis området virker utrygt eller undertrykt af for eksempel ETA. Der er forskellige syn på ETA og deres angreb hos lokalbefolkningen i Baskerlandet, hvilket også bidrager til den politiske polarisering af den baskiske befolkning i forbindelse med ønsket om selvstyre og selvstændighed fra Spanien.

Det, som ikke er populært blandt befolkningen på et givent tidspunkt, kan altså ende med at vinde tilslutning med tiden, og selvom det i en periode virker populært at kæmpe for selvstændighed, kan det ende med at det på længere sigt vil være mere populært at kæmpe for et stærkere bånd til Spanien og Frankrig. ETAs image har været foranderligt, og tilslutningen til ETA har ikke været konstant, der har også været tvivl om, hvor ETAs loyalitet lå (Woodworth, s. 180, 2007). Nogle medlemmer af partiet Batasuna, som er kendt for at støtte op om ETA, forsvarer tidligere ETA-angreb med, at de finder attentaterne gruppevækkende og voldsomme, men at ETA altid har sine grunde (s. 185, Woodworth, 2007), dog uden en længere retfærdiggørelse af attentaterne.

### 6.1.3 Baskerlandets identitet og selvstændighed

Ideen om at baskerne var en selvstændig gruppe, som var anderledes end resten af Spanien opstod fra Sabino Arana (1865-1903). Baskerne har altså en lang historie bag sig, og tanken om dem som et særskilt folk har ligeledes været længe undervejs. Baskerlandet har som tidligere nævnt deres eget sprog, som adskiller sig fra både spansk og fransk, og det er svært for sprogforskere at blive enige om sprogets stamme og oprindelse (Woodworth, s. 13, 2007). Baskerne har egne mærkedage, traditioner og egnsretter, men har samtidig en fælles kulturarv med Frankrig og Spanien. De har altså både en følelse af samhørighed med andre baskere og en fælles historie med Spanien og Frankrig (Woodworth, s. 24, 2007). Ifølge Paddy Woodworth er der i dag mange, som holder fast i den traditionelle baskiske nationalitetsfølelse, men også mange, som ikke længere holder fast i den i samme grad (Woodworth, s. 17, 2007). Baskerlandet er både en del af Spanien og Frankrig, men langt den største selvstændighedsbevægelse har foregået og foregår til dels stadig i den spanske del af Baskerlandet, på trods af at baskerne har beboet den franske del i længst tid (Woodworth, s. 21-22, 2007). Woodworth beskriver det således:

*"Indeed, it is ironic that the French Basque Country and eastern Navarre, two areas where nationalism barely gets a look-in at the polling booths today, may be the very places where the Basque ancestors were longest established"* (Woodworth, s. 22, 2007. )

Baskerne har i særdeleshed deres egen kultur og identitet, hvilket ifølge Anholt (Anholt, s. 25, 2007) er vigtigt for skabelsen af en CI, og den spanske del af Baskerlandet har også i særlig grad holdt fast i de baskiske traditioner og sprog, hvilket er væsentligt ifølge Anholt for skabelsen af et selvstændigt image og identitet.

Ifølge Allen Buchanan er der som tidligere nævnt fire typer af brud på rettigheder, som retfærdiggør løsrivelse fra en større nation (Buchanan, s. 3, 2013). Man kan diskutere, om spanierne har overholdt deres indbyrdes aftaler med Baskerlandet, og om de har udvist samarbejdsvilje til at overholde deres selvstyreaftaler over for regionsautonomierne. Spanien består af regionsautonomier, hvilket Allen Buchanan også kommer ind på i sin artikel *"¿Tiene Cataluña derecho a la secesión?"*. Allen Buchanan taler blandt andet om, at de i Spanien ikke har vist sig troværdige i forhold til at efterkomme en højere grad af selvbestemmelse i regionen Catalonien, som har begrænset over egne finanser (Buchanan, s. 4). Dette taler for en højere grad af selvstyre for denne region ifølge Buchanan, (Buchanan, s. 5). Catalonien er altså afhængig af en fair spansk



fordelingspolitik for at undgå at betale til resten af Spanien via deres egne midler og egen vækst, hvilket ligeledes gør sig gældende i Baskerlandet. Der er altså flere omstændigheder, som påvirker og fremprovokerer et ønske om selvstændighed hos baskerne, hvilket i sin tid styrkede ETA i deres selvstændighedskamp og attentater og fremprovokede deres ønske om selvstændighed. Ifølge Ernest Gellner vil en nation, som føler sig truet på sin selvstændige identitet og kulturarv, kæmpe for at bibeholde sin identitet og for sin ret til at have en selvstændig national identitet (El Pais, s. 1-2, 2016).

Ifølge Simon Anholt's teori om CI (Anholt, s. 25, 2007) betyder det meget for et land eller områdes reelle nationale identitet, at der er klare positive, troværdige og originale visioner (samt udførelsen af visionerne) for, hvor samfundet er på vej hen for skabelsen og fastholdelsen af en reel national identitet (Anholt, s. 26, 2007). Men mange mangler denne samlede identitet:

*"All of the stakeholders in most countries pursue their own business interest and communicate their own image of the country quite independently of each other and in consequence the country presents no clear and coherent image of itself to the outside world, it is complex muddled and contradictory and so it never moves forwards,"* (Anholt, s. 26, 2007).

Det vil altså sige, at hvis ikke de forskellige punkter i Anholt's hexagon for CI spiller sammen, bevæger landet sig ikke fremad i sin udvikling. Ligeledes hvis de politiske holdninger i nationen ikke er klare og forudsigelige (Anholt, s. 26, 2007), eller nationens "brand" og eksportvarer ikke er kendt uden for landet og giver et klart billede af, hvad landet er for en størrelse, vil det ikke bidrage til en samlende identitet med mulighed for økonomisk udvikling.

Det nævnes blandt andet i en anden artikel "Bas-queing in peace" (Matloff, 2012), at en af de største forandringer, der har overgået den spansk-franske region, er deres overgang til mere selvbestemmelse: *"... the biggest change came when greater power over regional affairs and an invigorated economy formed a mix potent enough to delute radicalism"* (Matloff, s. 83, 2012). Matloff understreger desuden vigtigheden af indtrædelsen i den europæiske union, (Matloff, s. 84, 2012).

Selvbestemmelsen må blandt andet formodes at give baskerne større mulighed for at promovere sig med en selvstændig identitet som turistdestination på baggrund af deres forøgede mulighed for at skabe deres egen politik. Det brusende forretningsliv kunne forventes at tiltrække flere turister, og

indtrædelsen i den europæiske union formodes at muliggøre en større grad af samarbejde inden for fællesmarkedet. Dette følger Anholts hexagon til at beskrive *competitive identity-begrebet* (Anholt, s. 25, 2007), da de forskellige punkter i Anholts hexagon får større mulighed for at samarbejde om skabelsen af en øget CI, hvor den politiske lokalbestemmelse spiller sammen med forretningslivet (*brandet*) og turisme.

#### 6.1.4 Løsning på konflikten med ETA

Der er flere grunde, som forklarer løsningen på konflikten med ETA:

I løbet af årene har medlemmer fra PNV og andre, som ønsker baskisk selvstændighed, taget større og større afstand til ETA og deres gerninger. Frankrig har medvirket i samarbejdet om at stoppe ETA, og de fleste af ETAs medlemmer er blevet fængslet af det spanske politi (El Mundo (B), 2009; Potter, s 22, 2009).

ETA har mistet en stor del af sin tilslutning, hvilket blandt andet kan ses i undersøgelsen foretaget af det nationale analyseinstitut i Baskerlandet, hvor det er over 50 % af de adspurgte både blandt nationalister og ikke-nationalister, som støtter ETAs politiske tilbagetrækning og ophør af attentater. ETA har altså ikke nær den samme grad af popularitet blandt befolkning i Baskerlandet, som det tidligere har været tilfældet. Dette fremgår også af nedenstående citat fra analyseinstituttet:

*“Aunque se mantiene el apoyo casi unánime a una eventual negociación Gobierno-ETA (76%), éste se divide entre la preferencia por una negociación condicionada a que ETA abandone previamente las armas (34%) y entre quienes apuestan por una negociación incondicional (42%)” (Ramo, s. 63, 2015)*

I en artikel i Information står der:

*”Størstedelen af baskerne er i dag imod ETA, viser de seneste tal fra Euskobarometro, en analyse, der hvert halve år tager temperaturen på baskernes holdning til forskellige emner.” (Hermansen & Dehn, 2001). Ifølge artiklen er modstanden mod ETA dog ikke ensbetydende med, at ønsket om selvstændighed i Baskerlandet er ophørt.*

*”Modstanden mod ETA er de seneste år vokset betydeligt i det baskiske samfund, og polariseringen i det politiske og sociale liv er mærkbar. ETA-modstanden betyder dog ikke, at baskerne har opgivet ønsket om selvstændighed. 26 % af befolkningen ønsker fortsat en selvstændig stat, og 52,5 procent stemte nationalistisk ved parlamentsvalget i maj i år.” (Hermansen & Dehn, 2001).*

I Baskerlandet blev den aftalte våbenhvile med ETA brudt i 2006, og efterfølgende i 2009 gik ETA med til at tage de nødvendige skridt mod at overholde Mitchell-principperne, som også lå til grund for den nordirske fred. Disse principper lyder således (Anbert & Johansen, 2010):

- Udelukkende at arbejde med fredelige og demokratiske midler.
- Fuldkommen demilitarisering af paramilitære organisationer.
- Demilitariseringen skal ske, så den kan kontrolleres af en uafhængig kommission.
- Selv at opgive, og modarbejde alle andre forsøg på at bruge vold eller true med brugen af vold, for at ændre på udfaldet af flerpartsforhandlinger.
- At rette sig efter betingelserne i enhver aftale, som partsforhandlingerne måtte resultere i.
- Og udelukkende at anvende demokratiske midler i senere at forsøge på, at ændre punkter som parterne måtte være uenige i.
- At tilskynde til at mord og overfald stopper og tage skridt til at forhindre sådanne gerninger.

Dette har altså været med til at ændre den politiske virkelighed i området efterfølgende og har haft indflydelse på den nuværende politiske situation, da der har været en aftale om blandt andet at holde sig til demokratiske midler i forbindelse med forhandlingerne om selvstændighed. Ønsket om

selvstændighed er dog ikke forsvundet fuldstændig i Baskerlandet, og det er altså ikke alle baskere som i dag nægter at tilslutte sig tidligere tiders ideologiske militære kamp for national selvstændighed, som Woodworth også skriver: *"Many basques today reject the traditional nationalist account of pre-history but many others still cling to it"* (Woodworth, s. 17, 2007). Som nævnt i citatet er den traditionelle nationalistiske frihedskamp ikke længere en selvfølge hos baskerne, der er altså ikke længere en forventning blandt baskerne om, at man nødvendigvis tilslutter sig selvstændighedskampen mod spanierne som en naturlig politisk holdning. Buchanans punkter om hvad der retfærdiggør et ønske om selvstændighed, må dog i nogen grad stadig formodes at gøre sig gældende i Baskerlandet, da baskerne ikke fuldstændig har fralagt sig tanken om autonomi.

Opblødningen af konflikten kan også have medvirket til den imageændring og medvirket til ændringen i CI. Formidlingen af CI sker ifølge Anholt også via indbyggerne og borgerne i landet, og hvis befolkningen ikke længere bakker op om ETAs voldelige terrorhandlinger, kan dette give et mere trygt og roligt billede af baskerne, hvilket også vil blive videreformidlet gennem turister og andre tilrejsende og altså påvirke Baskerlandets image udadtil (Anholt, s. 25, 2007). En mindre tilslutning til ETA og en større fornemmelse af tryghed i Baskerlandet kan altså være med til at videreformidle et mere stabilt og trygt image for Baskerlandet, som kan virke tiltrækkende på mange turister, som dermed måske i højere grad vil have mod på at besøge Baskerlandet eventuelt med familien. Når andre turister og tilrejsende samt lokalbefolkningen føler en tryghed ved at færdes i Baskerlandet og eksempelvis byerne San Sebastian og Bilbao, spreder det sig og virker dermed fremmende for trygheden som en positiv spiral (Anholt, s. 25, 2007).

## 6.2 ØKONOMISKE FAKTORER

### 6.2.1 Den økonomiske situation i Baskerlandet før ETA

Før PNV kom til magten, var Baskerlandet som tidligere nævnt knyttet op til styret i Madrid og havde ikke meget selvstændighed i forhold til forvaltningen af deres egen økonomi. Baskerne var dermed i høj grad afhængige af, at resten af spanierne havde fremgang og forstod at forvalte deres penge på den bedste måde. Spanien havde en suveræn kontrol over eksempelvis den økonomiske politik (Uranga, s. 63, 2002). Baskerlandet var på den tid ikke påvirket af ETAs politiske og voldelige kamp mod selvstændighed, og økonomien var dermed heller ikke påvirket af utrygheden eller ustabiliteten ved den voldelige selvstændighedskamp og de voldelige attentater. Det baskiske

erhvervsliv var heller ikke nødsaget til at betale revolutionsskat til ETA eller på anden måde bistå ETA økonomisk. Baskerlandet var ikke blevet medlem af EU og havde dermed ikke den nutidige smidige mulighed for samhandel med andre EU-lande, hvilket jo først skete samtidig med Spaniens optagelse i EU 1986 (Uranga, s. 72, 2002). Baskerlandet var blandt andet afhængig af de kystnære byer som San Sebastian og deres økonomiske handelssucces, blandt andet inden for fiskeri og industri (Uranga, s. 10-11, 2002). De kystnære byer fungerede altså som vigtige handelscentre og havde stor betydning for den daværende turisme i Baskerlandet i denne tidsperiode før ETA og EU. Den franske del af Baskerlandet havde ifølge Uranga ikke en stærk industriel model, deres økonomi var blandt andet baseret på små landbrug og eksempelvis fiskeri (Uranga, s. 19, 2002), og på trods af den vigtige industrialisering og udbygning af motorveje var deres økonomi i høj grad baseret på landbruget.

### 6.2.2 Den økonomiske situation i Baskerlandet i ETAs tid

Under general Francos diktatur var Baskerlandet under stor indflydelse fra Spanien og Francos halvmilitære politistyrke. Ifølge Uranga spillede den baskiske region dog en central rolle i den spanske økonomi, da den blev den økonomisk stærkeste region i Spanien. I den spanske del af Baskerlandet, var blandt andet metalindustri ifølge Uranga en dominerende sektor, som i 1972 udgjorde 24 % af den samlede industri i denne region (Uranga, s. 50, 2002). Ifølge tal fra økonomen Mikel Buesa i Tønners artikel tabte baskerne penge tiden ETAs tid i forhold til det potentiale, de ellers ville have haft (se citatet på side 17).

Som det ses af nedenstående skema har Baskerlandet i perioden med ETA ligget over det samlede Spanien i BNP pr indbygger. Endvidere kan man se af udviklingen, at BNP i Baskerlandet er gået ned i perioden under ETA (Uranga, 2002).

	1964	1975	1985
Baskerlandet	109,3	109,9	81,1
Spanien	68,3	80,4	71,8

Tabel over relativ BNP pr indbygger. 100 er gennemsnittet i Europa (Uranga, 2002)

Baskerlandets økonomi har udviklet sig positivt, og nylige tal (2015) viser, at BNP pr indbygger i Baskerlandet er 30.459 euro, hvorimod tallet for hele Spanien kun er 23.200 euro. Regionens gæld pr indbygger er også under en femtedel i sammenligning med hele Spanien (Datosmacro, 2017).

Ifølge artiklen ”Conflict resolution processes, uncertainty and labor demand: The Case of the Basque Country” (Colino, s. 669, 2012) er det blevet påpeget, at de politiske uroligheder, som længe har eksisteret i området, har forårsaget negative resultater for livskvaliteten i middelklassen. Voldelige konflikter og utryghed påvirker også regionens økonomiske udvikling, som det kan ses af udviklingen i BNP i tabellen ovenfor. ETAs aktioner og tilslutning nåede et højdepunkt i 1973 med mordet på Francos kronprins, admiral Carrero Blanco (Hermansen og Dehn, 2001)

### 6.2.3 Den nuværende økonomiske situation i Baskerlandet

Den økonomiske situation i Baskerlandet har også været under forandring i de senere år. Baskerlandet har historisk set ikke altid haft lige meget kontrol over egne finanser, men har måttet kæmpe for indflydelse og selvstændighed over for styret i Madrid (Uranga, s. 63, 2002). Der har over de senere år været en økonomisk fremgang i området, som ifølge Uranga (Uranga, s. 277, 2002) i høj grad er sket i de større byer som Bilbao og San Sebastian men som samtidig har påvirket Baskerlandet som nation. Ifølge Tønner hans artikel i Information har fraværet af ETAs terrorhandlinger været en befrielse for Baskerlandet og har også haft indflydelse på den baskiske økonomi:

*Fraværet af terror har været en befrielse. Først og fremmest, naturligvis, for de tusindvis af politikere, erhvervsledere og politifolk, der var ETAs foretrukne ofre, og som nu slipper for både livvagter og det rutinemæssige bombetjek under bilen, inden de drejer tændingsnøglen. Men samtidig er også positive samfundskræfter blevet sluppet løs – i særdeleshed økonomiske.”* (Tønner, 2015). At udviklingen i høj grad er foregået i de større byer, kan ifølge Uranga også på længere sigt være med til at fremme eller forstærke uligheden i regionen på grund af forskellen på land og by (Uranga, s. 277, 2002), men har ifølge Tønner samtidig været med til at igangsætte nogle positive samfundskræfter.

Bilbao er den by i Baskerlandet med det højeste indbyggertal, og den fungerer dermed som motor for udviklingen. Mange virksomheder (og dermed arbejdspladser) og investeringer opbygges og foretages fortrinsvis i de større byer ifølge Uranga, hvilket i høj grad også gør sig gældende for Bilbao (Uranga, s. 277, 2002). Dette vil blive nærmere beskrevet i afsnittet om Bilbao.

Baskerlandet bliver ofte sat i forbindelse med byen Bilbao (El Pais, 2011), blandt andet fordi byen er begyndt at tiltrække turister og forretningsrejsende, som også sætter gang i en forretningsmæssig udvikling med virksomheder og forretningsliv. Det bliver også nævnt af borgmesteren i Bilbao

(Gorospe, 2011), som har været en aktiv del af denne udvikling, at Bilbao og Baskerlandet bliver sat i forbindelse med hinanden, når man taler om områdets image og CI over for omverdenen. Udviklingen har betydet, at Bilbao også er blevet en interessant by for de mennesker, som har valgt at bosætte sig i den, eksempelvis i forhold til tiltrækning af virksomheder og udvikling af arbejdspladser.

Tidligere har Bilbao ikke haft så stort et fokus på udviklingen af turismen og på at skabe en by, som er interessant og tillokkende for internationale turister og tilrejsende. Byen blev anset for at være en grå og forurenede industriby uden den samme tiltrækning og charme, som byen nyder godt af i dag. Dette har gjort, at turister tidligere primært har valgt andre dele af Baskerlandet (Woodworth s. 103, 2007). Bilbao har altså haft et uudnyttet potentiale for turistudviklingen, hvis man kigger på Anholts hexagon for CI.

Bilbaos udvikling kan være med til at påvirke turisternes opfattelse af Baskerlandet som nation, da det ofte vil være Bilbao, der refereres til eller fortælles om i forbindelse med en beskrivelse af en turistrejse eller lignende. Fortællinger eller anbefalinger fra andre, som har været på besøg i eksempelvis Bilbao, kan være med til at påvirke ens eget billede af stedet samtidig med, at Bilbao bliver sat i forbindelse med Baskerlandet som helhed (Anholt s. 25, 2007). Tidligere var det primært byerne nær kysten, som tiltrak og definerede turismen i regionen. Det er muligt, at Baskerlandet har et endnu større potentiale. Baskerne har på trods af deres udvikling og kvalitetsprodukter ikke formået endnu at blive sat i forbindelse med deres produkter inden for blandt andet industri og fødevarer (El Pais, 2011).

Bilbaos borgmester, Pedro Gorospe, taler om at bruge innovation som motor for væksten i området. I dag står baskiske virksomheder for 9 % af den samlede spanske handel med USA, og 65 ud af de 750 største spanske virksomheder er baskiske, og nogle er førende på deres områder (El Pais, 2011). Bilbao kan altså være med til at trække Baskerlandet frem i udviklingen blandt andet ved at fungere som samlingssted for virksomheder og eventuelle forretningsrejsende.

#### 6.2.4 Turisme i Baskerlandet

Turismen i Baskerlandet er i udvikling og ifølge nedenstående citat fra en strategisk marketingplan for udviklingen i området frem til 2020, er der både udviklingsmuligheder og positive elementer at

trække på fremadrettet. Marketingplanen beror både på statistiske undersøgelser, kvantitative og kvalitative data og analyseuddrag samt forslag til videre arbejde for at fremme turismen.

Baskerlandet er som tidligere nævnt et turistmål, som har været i udvikling i lang tid, og som ifølge nedenstående citat har en god turistkommunikation og velfungerende infrastruktur, hvilket ifølge Anholts hexagon (Anholt, s. 25, 2007) er med til at skabe en CI for området. Baskerlandet har god mulighed for at tiltrække turister og dermed udvikle turismeindustrien, både på grund af deres gastronomi og tilgængelighed via infrastruktur, lufthavne og bådehavne til krydstogtskibe.

*“Euskadi cuenta con un potencial importante como destino turístico por la amplia variedad de recursos y atractivos en un área relativamente pequeña y, en general, con una infraestructura de calidad. Euskadi cuenta con una infraestructura de transporte y comunicaciones desarrollada que facilita la accesibilidad del destino (aeropuertos, puerto de cruceros, carreteras, telecomunicaciones, etc) (Gobierno Vasco, s. 63, 2014).*

Et andet citat fra marketingsplanen fortæller, at Baskerne anvender tidligere erfaringer eller oplevelser fra folk, som har været turister i området. Dermed følger de Anholts første punkt i hexagonen (Anholt, s. 25, 2007) for CI, i og med at de udviser interesse for tidligere turisters oplevelser og indtryk af området og medregner dermed dette som en parameter for nationens CI. Baskerlandet er ifølge nedenstående citat begunstiget med at have flere forskellige områder med hver sin egen charme, og Baskerlandet har flotte landskaber og natur, hvilket alt sammen kan forstås som faktorer, som kan have betydning for Baskerlandets industri, kultur og turisme hvilket i sidste ende kan have betydning for områdets CI og tiltrækningskraft.

Ved at kigge på CI kan man få en større forståelse af hvilke mekanismer, som er med til at tiltrække eksempelvis turister til landet, og det er væsentligt for forståelsen af ændringen af Baskerlandets image og nationale identitet. I nedenstående citat bliver det beskrevet, som tidligere nævnt, hvad som kendetegner området og dermed er en del af Baskerlandets CI. Der nævnes eksempler på, hvordan Baskerlandet kan arbejde med at øge turismen endnu mere, der er altså et fokus på landets brand, punkt to i Anholts hexagon for CI (Anholt, s. 25, 2007), som fokuserer på, at det er et vigtigt parameter at medregne en tydelig forståelse af eller kendskab landets eksportvarer og ”brand” udadtil i verden for at gøre sig attraktiv som nation.



*“Euskadi es una región con alta calidad de vida y una amplia red de servicios públicos de calidad que repercuten en la capacidad de acogida y la experiencia de viajeros y viajeras (seguridad, salud, confort, etc). Amplia variedad de recursos con atractivo y potencial turístico en el conjunto del país , en sus tres territorios y en los diferentes municipios que lo integran (recursos culturales, patrimonio tangible e intangible, naturaleza, paisaje, gastronomía, etc). Infraestructuras congresuales, feriales y culturales potentes y repartidas por todo el país. Sin embargo, estos factores no son suficientes por sí mismos para proporcionar a los viajeros y viajeras una vivencia de viaje, única y de alta calidad.”* (Gobierno Vasco, s. 63, 2014).

I ovenstående citatet nævnes det både, at Baskerlandet har en masse at byde på kulturelt inden for natur og gastronomi, som kan være med til at tiltrække turister, men det nævnes også, at det ikke giver nogen garanti for en opblomstring i turismen, og at der skal mere til for virkelig at lykkes med at gøre sig attraktiv som turistmål. Dette kan også sættes i forbindelse med Anholt's punkt fem (s. 25, 2007), altså kulturelle initiativer, forbindelser og produkter, som har betydning for en nations CI og image.

Ifølge marketingplanen, som det fremgår nedenfor, er det vigtigt at fokusere på, hvad der gør nationen eller området særligt både inden for virksomheder og produkter, men i høj grad også i forbindelse med kulturelle tilbud, aktiviteter og særlige traditioner og værdier, som gør sig gældende for nationen eller området.

*“Es necesario trabajar los recursos y combinarlos con unos servicios de alta calidad, un enfoque centrado en el viajero y la viajera, personas motivadas, competentes y con una buena formación, una imagen clara como destino turístico que refleje sus valores esenciales y lo diferencie adecuadamente de otros destinos del mundo, un marco de ordenación y modelo de gestión turística que garantice el funcionamiento del complejo ecosistema del turismo.”* (Gobierno Vasco, s. 63, 2014).

### 6.3 Kulturelle faktorer

På baggrund af den politiske og kulturelle udvikling i Baskerlandet, som har medvirket til at muliggøre, at baskerne har kunnet videreformidle, hvad de står for identitetsmæssigt samt hvilke

produkter, de har at tilbyde, er der også sket en kulturel udvikling i regionen. Man skal ifølge ovenstående marketingplan gøre sig selv attraktiv som turistmål ved at differentiere sig fra andre destinationer, således at ”kunderne” eller de rejsende ikke er i tvivl om, hvor de er på vej hen eller befinder sig på deres ferie.

Den kulturelle del af udviklingen, særligt i den spanske del af Baskerlandet, som har haft langt den største andel i den økonomiske, politiske og kulturelle udvikling i de senere år, er foregået som en logisk konsekvens af den økonomiske og politiske udvikling. Et Kendetegn som Guggenheim-museet er gået hen og er blevet Bilbaos vartegn eller varemærke på samme måde, som operahuset i Sydney Eiffeltårnet i Paris er blevet byernes varemærke. Guggenheimmuseet viser, hvor meget en region kan opnå med en bygning, blot selve bygningsfacaden er genkendelig, anderledes og nyskabende. Bygningen skal bidrage til en form for genkendelighed og adskillelse sig fra andre byer eller områder.

Baskerne er, ifølge ovennævnte marketingplan, kendt som livsnydere i en region med god infrastruktur. Dette giver dog ikke garanti for fremgang i turismen, men det kan formentlig udvikles og promoveres til en unik turistoplevelse, som ifølge ovenstående citat er vigtigt, da det er nødvendigt at give turisterne et klart billede af, hvad området står for som turistdestination og som region. Ifølge Anholt's punkt to for CI (Anholt, s. 25, 2007), er landets eksportvarer eller brand vigtigt. Således kan turismen som eksportvare eller brand have betydning for landets CI.

Det er ikke kun byen Bilbao, der kan være med til at tiltrække turister. San Sebastian, en by tæt ved strand og vand, som tidligere har været berømt som eksklusiv badeby for fornemme turister, har også stadig også en stor tiltrækningskraft på turister, blandt andet på grund af den populære surfing-tradition i området (Woodworth, s. 48, 2007). San Sebastian har været udnævnt til europæisk kulturhovedstad i 2016 og har dermed haft mulighed for at påvirke, promovere og udbrede sit image og ry. Det har været en mulighed for at vise San Sebastian fra den ønskede og bedste mulige vinkel og gøre byen og regionen mere genkendelig og dens kommunikation mere slagkraftig ved at knytte nogle specielle kendetegn eller associationer til området via medier, turister, forskellige kulturelle arrangementer og de lokale borgere.

### 6.3.1 Bilbao

Ifølge artiklen "La marca de euskadi tiene via libre" og Ibón Areso (Gorospe, Pedro, El País, 2011) er en stor del af den ændring, som er foregået i Baskerlandet associeret med forandringen i byen Bilbao. Bilbao har været igennem en stor forvandling i forhold til industriel og kulturel udvikling, ikke mindst på grund af Guggenheimmuseet, som er gået hen og er blevet et symbol for Baskerlands udvikling. Museet er blevet opført i byens centrum og har haft en enorm tiltrækningskraft både på grund af selve bygningens seværdighed, men også fordi det er et anerkendt kunstmuseum (Woodworth, s. 103, 2007). En opførelse af sådan et museum har ifølge "The Basque Country, A Cultural History" været en satsning for byen og området, men det har været en del af udviklingen og transformationen til "det nye Bilbao", altså en ny moderne udgave af den gamle industriby med alt, hvad denne transformation indeholder (Woodworth, s. 103, 2007). Bilbao tiltrækker nu mere end en million besøgende hvert år, og forandringen i området er blevet international kendt og betegnes som "Bilbao effekten" (Matloff, 2012).

Ifølge Woodworth var Bilbao tidligere ikke den interessante og sprudlende by, den er i dag (Woodworth s. 103, 2007). Bilbao var grå, trist og omringet af fabrikker og miner, og som beskrevet af Kate O'Brien, som arbejdede i byen som en form for husholderske, var der en aura af grådighed og fortvivlelse i byen. Byens brutalitet og forurening er dog heller ikke i dag fuldstændig forsvundet (Woodworth s. 103-4, 2007). En del af forvandlingen af byen består altså i ændringen af selve stemningen, som eksisterede i byen, og som dermed blev opfanget af de mennesker, som befandt sig i byen. I og med at stemningen i byen er blevet beskrevet som værende fortvivlende, grådig og brutal har dette ikke virket tillokkende på eventuelle turister eller andre tilrejsende. En bedre grundstemning og ry er altså central for at tiltrække personer, som måtte have en interesse i at opleve en anden del af verden, en ny kultur, smage ny mad og opleve andre traditioner, da en nation ifølge Anholt (Anholt, s. 25, 2007) blandt andet formidler sin konkurrencemæssige identitet via kulturelle initiativer, forbindelser og produkter. Denne forvandling af Bilbao som by har altså i høj grad været en del af årsagen til den imageændring og ændring i CI, som Baskerlandet har oplevet.

Det bliver også beskrevet i en nylig artikel i El País, at der, udover kulturelle aspekter i byen Bilbao, er et øget fokus på modernitet, samt at gøre byen mere aktiv og attraktiv blandt andet for byens unge (Tuesta, 2016).

Ifølge Anholts hexagon (Anholt, s. 25, 2007) er ”kulturen” også et delelement, som har betydning i forhold til skabelsen af CI punkt fem i Anholts hexagon for CI, som beskriver kulturen som en vigtig måde at fremvise en nation eller et område. Man kan også anskue turismen og dermed også byen Bilbao som en del af Baskerlandets ”brand” og eksportvarer, hvilket også har betydning for nationens CI.

Det bliver beskrevet i nedenstående citat, at Bilbaos transformation ikke bliver *solgt* til udlandet eller reklameret for, men snarere fanger udenlandske turister i en sådan grad, at det har en sådan tiltrækning på dem, at de ønsker at blive nærmere bekendt med byen og Baskerlandet.

*“Asegura sin ninguna clase de dudas el teniente de alcalde de Bilbao, Ibón Areso. "Nosotros no estamos vendiendo la transformación de Bilbao, nos la están comprando", aseguró en Nueva York el pasado jueves” “Para el político del PNV Bilbao ha trascendido la marca Euskadi y se está asociando a calidad y desarrollo industrial, a tecnología avanzada y a la automoción. "La marca Euskadi está sustentada en la economía, eso es así, pero la imagen asociada es la de Bilbao, eso es incuestionable.” (El País, 2011).*

Baskerlandet bliver nu associeret med eksempelvis kvalitet og avanceret teknologi, fordi Baskerlandets image bliver associeret med Bilbaos image. Når Baskerlandets image bliver associeret med Bilbao betyder det, at regionen kan opfattes som et område i udvikling, vækst og fremgang, som det er set i Bilbao, og der er ifølge artiklen i El País stadig udviklingspotentiale i Bilbao. Det er altså muligt for en by at associere sit image med en region eller nation.

*“La rápida transformación de Bilbao es un modelo que ha sido premiado. En Singapur recibió el premio Lee Kuan Yew World City Priz, un galardón considerado el nobel de la transformación. "La locomotora de la marca Euskadi es Bilbao", concluyó, pero ahora que ya hemos logrado una ciudad amable hay que dar el siguiente paso, convertir Bilbao en una ciudad inteligente. "Es la segunda transformación", dijo.” “ Hay que aplicar la innovación, como motor del crecimiento, pero no sólo a las ciudades, sino a las administraciones y a las empresas.” (El País, 2011).*

Ibón Areso taler her om en mulig fortsat udvikling i at udnytte det intelligente og innovative som en fortsat udviklingsmotor og overføre det til administrationer og virksomheder, igen et eksempel på at

udviklingen i Bilbao kan drive udviklingen for regionen og ikke blot nogle få steder i byen. Disse virksomheder kan også fungere som en del af Baskerlandets ”brand” og eksportvarer og dermed en del af CI.

### 6.3.2 San Sebastian

San Sebastian er den anden store by i den spanske del af Baskerlandet. Den er beliggende ud til vandet i provinsen Guipuzcoa, hvor den er provinsens største by. Som tidligere nævnt i dette projekt har San Sebastian og de mindre byer i nærheden af grænsen til den franske del af Baskerlandet en længere historie for at tiltrække turister. Sikkert på grund af havnene, de smukke, lettilgængelige strande og bølgerne i nærområdet. Udover det historiske præg, som i høj grad kommer til syne i den gamle bydel fyldt med et sprudlende natteliv, er San Sebastian også kendt for sine gourmetrestauranter. Desuden er San Sebastian kendt for sit kulturhus, som blandt andet huser den internationale filmfestival, som er blevet afholdt hvert år siden 1953 (Sociedad Mercantil, 2017).

I 2016 blev San Sebastian udnævnt til europæiske kulturhovedstad, hvilket uden tvivl har bidraget til at sætte San Sebastian på det europæiske og internationale landkort. Det har givet San Sebastian og Baskerlandet en mulighed for at vise, hvad de har og kan som turistby både inden for kunst, mad, sport og kultur. Som sport er surfing også blevet meget populært blandt andet i San Sebastian, da de har nærliggende strande og kraftig vind (Woodworth, s. 48, 2007; Greenwood, s. 82-83, 1972). De afholdt blandt en stor åbningsceremoni ved starten af deres år som kulturhovedstad med de traditionelle trommer og optog. Selvom der har været noget skepsis hos lokalbefolkningen og postyr ved værtskabet som kulturhovedstad, har der været en stor tilslutning til initiativerne i forbindelse med værtskabet, og det har muliggjort en bredere præsentation af regionens historie, særprægede sprog og fredelige og trygge omgivelser. Havde ETA stadig været aktiv med voldelige attentater, var San Sebastian næppe blevet valgt som kulturby.

I et klip på Youtube (SanSebastian, 2016), som præsenterer San Sebastian som kulturhovedstad i 2016, bliver det nævnt, at kulturen og de værdier, man lærer i skolen, kan være med til at sætte en stopper for terrorisme, som den ETA har stået for i Baskerlandet. Det, at San Sebastian er blevet udnævnt som kulturby, kan altså give San Sebastian en ny mulighed for at vise skabe CI og et nyt image for landet og regionen (Hermoso, 2016).

### 6.3.3 Gastronomi

En anden særlig del af Baskerlandets kultur er den store glæde og entusiasme for madlavning.

Ifølge Woodworth har baskerne tre spørgsmål, som de stiller sig selv, når de vågner om morgenen *”Who are we? Where do we come from? ..And where do we go for dinner?”* (Woodworth, s. 95).

Det må siges at ligge dybt i baskerne at tænke over, hvad de skal have at spise, og det vægtes højt af mange i deres dagligdag, at de får noget godt at spise. San Sebastian har flere restauranter, som er internationalt anerkendte, og som det beskrives i en artikel i Financial Times er det blevet et kendt fænomen at tage til San Sebastian med det primære formål at smage maden i området, de såkaldte ”madturister”.

*“It is an example of gastrotourism in one of the European cities where such a concept makes greatest sense. Our small group hails mainly from Australia. The tour we have signed up for is organised by San Sebastián Food, an outfit run by an Englishman, 34-year-old Jon Warren, and staffed mainly by Basques. What we all have in common is an interest in the culinary life of a city where food and drink, rather than museums and sights, represent an increasingly powerful tourist draw.”* (Richardson, 2014).

Ifølge nedenstående citat har netop San Sebastian et af de højeste antal Michelin-stjerner per kvadratmeter i verden, så det baskiske køkken er altså også en eksklusiv størrelse, der er blevet et vigtigt rejsemål for madelskende turister og entusiaster. San Sebastians ry som maddestination har vokset sig større med tiden i takt med den gode beliggenhed og tilstrømningen af turister. Så fra et turistmæssigt perspektiv er det ikke blot udviklingen i Bilbao, men også en by som San Sebastian, som har bidraget til den attraktive udvikling i regionen.

*”San Sebastian is internationally renowned for the quality of its cuisine and it has become an undeniable staple in the itinerary of food enthusiasts. Renowned for its molecular Basque cuisine, the northern Spanish city holds one of the highest number of Michelin stars per square meter in the world. We have put together a list of the best Michelin starred restaurants in San Sebastian to inspire you.”* (Blos, 2017).

I Bilbao er der også mulighed for at spise godt, smage baskiske traditionelle retter eller gå på Michelin-restauranter (Bilbao Turismo, 2017). I en artikel i El Pais bliver det beskrevet, at Bilbao gennemlever en gastronomisk udvikling eller revolution, hvor det i dag både er muligt at finde mere

traditionelle baskiske kulinariske oplevelser og gå på opdagelse i nye og mere eksperimentelle retter (Tuesta, 2016).

I Baskerlandet, særligt i Bilbao og San Sebastian, er der mange små cafeer og restauranter, hvilket kan være med til at skabe et spændende byliv og en alsidighed, da man kan gå rundt om aftenen blandt cafeerne og finde sig sine yndlingssteder og smage sig igennem det rige udbud af pintxos (tapas). Gastronomien i Baskerlandet er altså også med til at give Baskerlandet et særligt image og et særkende for madelskende turister, og bidrager til et spændende aftenliv for unge (Tuesta, 2016). Dette kan være med til at skabe et mere alsidigt og levende turistmiljø i området, og være med til at gøre Bilbao og Baskerlandet mere kendte som turistdestinationer.

#### 6.3.4 Naturen i Baskerlandet

En del af Baskerlandets tiltrækningskraft på turister kan også være Baskerlandets skønne, vilde natur. Der er både frodige, græsbeklædte bakker og bjergtoppe, smukke strande, barske bølger og skiftende vejr. De høje bølger og tilgængeligheden af strande nær eksempelvis San Sebastian, som er en af de større byer i den spansktilknyttede del af Baskerlandet, kan være tiltrækkende på turister, som rejser dertil i ønsket om at praktisere eller lære at surfe (Woodworth, s. 48, 2007; Greenwood, s. 82-83, 1972). Bjergene mod Frankrig giver mulighed for skisport, vandreture eller storslåede naturoplevelser og flere store floder som Ebro og Arga, er med til at definere landskabet og muliggøre afgrøder som fx vinproduktion. Der bliver dyrket vin tæt ved den sydlige grænse mellem Baskerlandet og resten af Spanien med den kendte Rioja-drue, som også dyrkes i den spanske region La Rioja (Wikipedia (A), 2017).

## 8. Konklusion

Det overordnede formål med denne opgave var at afdække, hvordan Baskerlandets image og identitet har ændret sig fra et turistmæssigt perspektiv. Det at tale om et image for en nation, eftersom det i høj grad bygger på den opfattelse og det kendskab, man har til den gældende nation, er ikke en bestandig størrelse og heller ikke en størrelse, som er nem at måle. Der er heller ikke noget entydigt svar på, hvordan man beskriver en nations image. Dog har jeg været inde på de væsentligste faktorer, som kan være med til at påvirke eksempelvis turisters opfattelse af landet og dermed forsøgt at sige noget om Baskerlandets image og CI. Baskerlandet har længe været voksende som turistnation, også før våbenhvilen med ETA (s. 83, Greenwood, 1972), men Bilbaos udvikling, udnævnelsen af San Sebastian til kulturhovedstad i 2016 og udviklingen hen imod en fredeligere region, kan alle anses som faktorer, som har bidraget væsentligt til at styrke Baskerlandets image og CI.

Den økonomiske og kulturelle udvikling i Baskerlandet og opretholdelsen af ETAs våbenhvile og den deraf følgende trykthed i regionen kan have bidraget til, at ønsket om selvstændighed ikke er lige så markant i Baskerlandets befolkning som tidligere. Hvilket igen kan have bidraget til ændringen af Baskerlandets image og udviklingen af deres CI.

Politisk er Baskerlandet både blevet påvirket af bevægelsen ETA og partier som Batasuna og PNV. Disse politiske kræfter har trukket Baskerlandet i en retning af mere regional selvbestemmelse, dog med forskellige tilgange til kampen for selvstændighed og diplomatiske forhandlinger.

Anholt beskriver (2007), at det er af stor betydning, at politikerne har en klar, troværdig og positiv opfattelse af landet og kan styre investeringer og kommunikation for at udvikle CI for nationen lige som den baskiske regering har gjort i dette århundrede blandt andet ved udviklingen af en decideret marketingplan for promovering af området. Anholt nævner, at det er vigtigt at have befolkningens opbakning, og man risikerer at miste denne opbakning, hvis det politiske ikke fungerer optimalt, og det bliver sværere at forbedre og udvikle de andre aspekter af CI. Det kan også have været manglende kendskab til, hvad Baskerlandet ellers indeholder og står for, som har medvirket til, at det har været sværere for baskerne at blive valgt som turistnation, samtidig med markeringen af hvori forskellen mellem Spanien, Frankrig og Baskerlandet består. Ifølge Anholts hexagon for CI, er det vigtigt at fokusere på de forskellige aspekter, som kan være med til at promovere en nation. Dette



kan være både eksportvarer, politiske beslutninger, de kulturelle tilbud, indbyggerne i landet og reklamerne for landet. På baggrund af de uenigheder, der har været i Baskerlandet og de attentater, som har været udført af ETA, har Baskerlandet tidligere haft langt færre turister end det er tilfældet i dag. Det er sandsynligt, at Baskerlandets omdømme som nation har været under pres. I Tønners artikel i Berlingske Tidende bliver det også beskrevet, at der efter ETAs terror er blevet sat skub i nogle positive samfunds kræfter ikke blot politisk, men også blandt lokalbefolkningen (se citatet afsnit 6.2.3). At ETA ikke længere foretager attentater har ifølge Tønner også påvirket Baskerlandet økonomisk som helhed, det har ifølge Tønner været med til at sætte nogle økonomiske samfunds-kræfter løs som ikke havde mulighed for at blomstre tidligere.

I diskussionen om selvstændighed og selvstyre kan man også inddrage Buchanans fire punkter for, hvornår en region kan retfærdiggøre selvstændighed. Når baskerne eksempelvis ikke længere bliver forbudt at dyrke deres eget sprog og egne kulturelle traditioner, har de ifølge Buchanan ikke længere den samme retfærdiggørelse af ønsket om selvstændighed. Ifølge Daniel Philpott kan der som tidligere nævnt være nogle omkostninger ved ønsket om selvstændighed i form af tvivl blandt en eventuel separatistbevægelse ved ethvert statsanliggende. Selvstændighed vil dermed ikke nødvendigvis bibringe fred og enighed i regionen og vil dermed ikke nødvendigvis være svaret på et fredeligt og harmonisk Baskerland.

Den kulturelle og bymæssige udviklingen i Bilbao har styrket turismen i byen og i regionen som helhed. Det er også sandsynligt, at baskerne selv har fået øjnene op for de kulturelle muligheder, der nu findes i Bilbao, samtidig med at regionen er blevet rigere og baskernes økonomiske muligheder forbedret. Bilbao er blevet en mere miljøbevidst og tiltrækkende by i form af seværdigheder og mindre forurening. Der er blandt andet blevet bygget et internationalt kendt museum, Guggenheim-museet, som med sin karakteristiske bygningsfacade, er blevet et vartegn for Bilbao. Ifølge Simon Anholt er det at vække genkendelse og skille sig ud vigtigt for skabelsen og udbredelsen af CI. Det giver turisterne en følelse af, at der er noget særligt ved lige præcis Bilbao, som man ikke kan se andre steder, og som man kan huske og fortælle videre, til andre mulige turister, hvilket bidrager til at udvikle turismen i området. Bilbao er en af de vigtigste byer i Baskerlandet og er blevet en del af symbolet på den fremgang, som hele Baskerlandet har haft.

Turismen i Baskerlandet er gået fra primært at foregå i de kystnære og mindre byer som Biarritz i den franske del af Baskerlandet og San Sebastian i den spanske del, til også at omfatte Bilbao. Bilbao er altså gået fra at være en forurenende industriby til at have fornyet sig. Byen er blevet mere miljøvenlig og dermed også mere turistvenlig og seværdig, da der er kommet flere grønne områder og friskere luft. Den miljømæssige forvandling af Bilbao kan også være med til at forårsage en imageændring og påvirke CI i området, da Bilbao fungerer som et udstillingsvindue og en motor for resten af Baskerlandets udvikling over for turisterne og andre tilrejsende, som forbinder Bilbao med resten af Baskerlandet. Når servicesektoren har udviklet sig i takt med turismen, er muligheder for øget turisme til stede, med forbedrede muligheder for indlogering, cafeer og restauranter og kulturelle tilbud. En positiv spiral er sat i gang. På grund af det stigende kendskab til området, blandt andet i kraft af succesen omkring Bilbao, kan der ifølge Simon Anholt også på den baggrund være sket en ændring i Baskerlandets image og CI. Udnævnelsen af San Sebastian til kulturhovedstad havde formentlig også været tvivlsom og vakt en del politisk diskussion og bibragt nogle sikkerhedsmæssige udfordringer, hvis ETA stadig foretog attentater.

ETAs selvstændighedskamp og terrorhandlinger kan meget vel have været en faktor i forbindelse med Baskerlandets ændring af image og CI. Anholt mener, at det indtryk, som landet giver til de udefrakommende rejsende, eksempelvis turister eller forretningsfolk, er med til at skabe det image og den identitet, som nationen har og kan være med til at påvirke denne identitet eller dette image i en positiv eller negativ retning, afhængig af hvad nationen formår at udstråle og fremvise af særlige muligheder, kulturtilbud og imødekommenhed fra befolkningen. Dette kunne være i form af museer, natur, gæstfrihed og særlige retter eller drikkevarer. Ifølge Anholt betyder det, at hvis turisterne har en følelse af, at der er utrygt at være i området, eller føler, at der er noget bestemt de skal være på vagt overfor, eller at de af en eller anden grund ikke føler sig velkomne i området, kan det være med til at frastøde mulige turister eller påvirke CI i en negativ retning. Hvis man for eksempel har haft nogle negative oplevelser som turist eller forretningsrejsende, kan dette påvirke potentielle nye turister i en negativ retning. Derfor kunne man argumentere for, at der er sket en ændring i Baskerlandets image og CI, i og med at ETA ikke længere er en politisk magtfaktor eller sikkerhedstrussel.

Efter i mange år at have været et område med et image for konflikt, vold og uro er Baskerlandet kommet ind i en positiv udvikling. Den voldelige selvstændighedskamp og de voldsomme

kontraster og spændinger under og efter Franco har haft stor betydning for regionens omdømme og muligheder som turistmål. En ny periode er begyndt, og den baskiske regering har været fokuseret på promoveringen af regionen. De mange kulturelle tilbud, den fascinerede historie og tiltrækkende beliggenhed og natur har åbnet omverdenens øjne for Baskerlandet som et område med muligheder – både med økonomisk vækst og som magnet for turister.

## 9. Litteraturliste

**Anbert, H & Johansen, A.** *Nye tendenser i en af Europas længste konflikter*. Gaia, 67, 2010.  
<http://www.internationalforum.dk/gaia/nye-tendenser-i-en-af-europas-laengste-konflikter>

**Anholt, Simon.** *Competitive Identity*. Palgrave McMillan 2007.

**Bilbao Turismo.** 2017,  
<http://www.bilbaoturismo.net/BilbaoTurismo/en/restaurantes?pagina=3&tipologia=1361356725250>

**Binda, Raúl Fain.** *¿Por qué en el Athletic de Bilbao solo juegan vascos?*. BBC, 9.05.2012.  
[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/05/120508\\_athletic\\_bilbao\\_fain\\_binda\\_cch.shtml](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/05/120508_athletic_bilbao_fain_binda_cch.shtml)

**Blos, Lena.** *The Best Michelin Starred Restaurants In San Sebastian, Spain*. Culture Trip, 16. January 2017.  
<https://theculturetrip.com/europe/spain/articles/the-best-michelin-starred-restaurants-in-san-sebastian/>

**Buchanan, Allen.** *¿Tiene Cataluña derecho a la secesión?*, El País, 26.05.2013.  
[http://politica.elpais.com/politica/2013/05/24/actualidad/1369396168\\_202422.html](http://politica.elpais.com/politica/2013/05/24/actualidad/1369396168_202422.html)

**Colino, Alberto.** *Conflict resolution processes, uncertainty and labour demand. The case of the Basque Country*. Journal of Peace Research, September 28, 2012.

**Corcostegui, L.** *Cyber Dantza*, 1996. <http://basque.unr.edu/arts/dance/default.htm>

**Creswell, et. al.** *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Sage Publications 2011.

**Datosmacro.** 2017. <http://www.datosmacro.com/ccaa/comparar/espana/pais-vasco>

**Dinnie, Keith.** *Nation Branding*. Routhledge 2014.

**El Mundo (A).** *La dictadura del terror*. 2009. <http://www.elmundo.es/eta/atentados/index.html>

**El Mundo (B).** *Topos y negociaciones*. 2009. [http://www.elmundo.es/eta/lucha\\_antiterrorista/](http://www.elmundo.es/eta/lucha_antiterrorista/)

**El País.** *El retroceso del independentismo en Euskadi contrasta con el avance en Cataluña*, 10.04.2016.  
[http://elpais.com/elpais/2016/04/09/opinion/1460225202\\_245665.html](http://elpais.com/elpais/2016/04/09/opinion/1460225202_245665.html)

**Fusi, Juan Pablo.** *Regionalism and nationalism in contemporary Spain*. Royal Society for the Encouragement of Arts, Manufactures and Commerce, 1994.

**Gobierno Vasco.** *Plan Estratégico del Turismo Vasco 2020*. 2014.  
[http://www.industria.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/planes\\_programas\\_2010/es\\_planes/adjuntos/plan-estrategico-turismo-vasco-2020.pdf](http://www.industria.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/planes_programas_2010/es_planes/adjuntos/plan-estrategico-turismo-vasco-2020.pdf)

**Gorospe, Pedro.** *La marca Euskadi tiene vía libre*. El País, 23.10.2011.  
[http://elpais.com/diario/2011/10/23/paisvasco/1319398802\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/10/23/paisvasco/1319398802_850215.html)

**Greenwood, David J.** *Tourism as an Agent of Change: A Spanish Basque Case*. University of Pittsburgh - Of the Commonwealth System of Higher Education, 1972.

**Hermansen, Line G., & Dehn Pernille.** *Baskerlandets stemme*. Information 3. august 2001.

- Hermoso, Borja.** *San Sebastián, puente para la convivencia*. El País, 2016.  
[http://cultura.elpais.com/cultura/2016/01/23/actualidad/1453554926\\_526810.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2016/01/23/actualidad/1453554926_526810.html)
- Knudsen, Anne, Hansen, Cliff.** *Baskerlandet (Historie)*. Den Store Danske, Gyldendal. 2017.  
<http://denstoredanske.dk/index.php?sideId=44576>
- Juaristi, Jon.** *Historia mínima del País Vasco*. Turner Publicacions 2013.
- Katzenelson, Boje et al.** *Hermeneutik*. Den Store Danske, Gyldendal. 2017.  
<http://denstoredanske.dk/index.php?sideId=90847>
- Lammi, Walter.** *Hans-Georg Gadamer's "Correction" of Heidegger*. Journal of the History of Ideas, 52: 487-507, 1991.
- Matloff, Judith.** *Basque-ing in Peace*. World Policy Journal, 29: 81-88, 2012.
- Moore, Margaret.** *National self-determination and secession* Oxford University Press, 1998.
- Potter, Tim.** *BASQUES: Battle for identity endures struggle*. Pluto Journals, 2009.
- Ramo, Francisco José Llera.** *Euskobarometro, Estudio periódico de la opinión pública vasca*. Universidad del País Vasco, 2015.
- Richardson, Paul.** *Gastrotourism in San Sebastián, Spain*. Financial Times, January 17, 2014.  
<https://www.ft.com/content/e0b576b8-7c51-11e3-b514-00144feabdc0>
- Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.** *San Sebastián International Film Festival*, 2017. [http://www.spain.info/en/quieres/agenda/eventos/guipuzcoa/festival\\_internacional\\_de\\_cine\\_de\\_san\\_sebastian.html](http://www.spain.info/en/quieres/agenda/eventos/guipuzcoa/festival_internacional_de_cine_de_san_sebastian.html)
- Tuesta, José Díaz de.** *Puesta a punto gastronómica*. El País, 29. juli, 2016.
- Tønner, Martin.** *ETA har skruet ned for volden i Baskerlandet*. Berlingske, 2.01.2015.  
<http://www.b.dk/globalt/eta-har-skruet-ned-for-volden-i-baskerlandet>
- Udenrigsministeriet**, Public Diplomacy, 2017. <http://um.dk/da/om-os/organisation/public-diplomacy>
- Uranga, Mikel Gómez.** *Basque economy from industrialization to globalization* University of Nevada 2002.
- Wikipedia (A)**, *Basque Country (autonomous community)*, januar 2017.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Basque\\_Country\\_\(autonomous\\_community\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Basque_Country_(autonomous_community))
- Wikipedia (B)**, *ETA*, januar 2017. <https://da.wikipedia.org/wiki/ETA>
- Wikipedia (C)**, *Vitoria-Gasteiz*, januar 2017. <https://en.wikipedia.org/wiki/Vitoria-Gasteiz>
- Woodworth, Paddy.** *The Basque Country A Cultural History* Signal Books 2007.
- YouTube**, SanSebastian, 2016. <https://www.youtube.com/user/sansebastian2016>.